

**МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Навчально-науковий інститут права
Кафедра приватного права

Затверджено
Вченою радою інституту права,
протокол від «12» 01 2022 № 3
Голова вченої ради В.В.Топчій

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з навчальної дисципліни

«ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ»

для підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
денної та заочної форм навчання

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
освітня програма «Економіка та організація підприємницької діяльності»

Статус дисципліни: вибіркова

Ірпінь – 2022

Конспект лекцій складений на основі робочої програми навчальної дисципліни «Захист прав споживачів», затвердженої Науково-методичною радою Університету 15 листопада 2021 протокол № 9

Укладач:



Менів Л.Д. к.ю.н, доцент, доцент кафедри
приватного права

Розглянуто і схвалено кафедрою приватного права,
протокол від « 11 » 01 2021 № 3

В.о.завідувача кафедри



Чеховська І.В., д.ю.н, професор

ЗМІСТ

Вступ	4
Тема 1. Загальні засади захисту прав споживачів.	5
Тема 2. Поняття та види основних прав споживачів.	22
Тема 3. Права споживачів на належну якість продукції.	35
Тема 4. Права споживачів на безпеку продукції.	49
Тема 5. Права споживачів на інформацію про продукцію.	62
Тема 6. Права споживачів у сфері торговельного та побутового обслуговування.	74
Тема 7. Відповідальність за порушення прав споживачів.	93
Тема 8. Права споживачів у сфері споживчого кредитування, при укладанні ними договорів купівлі-продажу поза торговим приміщенням чи на відстані.	110
Тема 9. Особливості захисту споживачів при придбанні ними окремих видів продукції.	120

ВСТУП

Права споживачів відносяться до тієї групи прав громадян, які поряд з іншими фундаментальними правами людини і громадянина, такими як право на достатній життєвий рівень для себе і своєї сім'ї, право на охорону здоров'я, медичну допомогу та медичне страхування, право на безпечне життя і здоров'я, довкілля багато в чому обумовлюють життєдіяльність людини, відповідні умови її існування в суспільстві. Тому питанням належної реалізації прав споживачів та їх захисту повинна приділятися пильна увага.

Конспект лекцій з дисципліни «Захист прав споживачів» розкриває теоретичні та практичні проблеми захисту прав споживачів. Він розроблений для підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня денної та заочної форм навчання галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітня програма «Економіка та організація підприємницької діяльності» з урахуванням тематичного плану, передбаченого в робочій програмі навчальної дисципліни.

Актуальність конспекту лекцій обумовлена недостатньою кількістю сучасних посібників із захисту прав споживачів для поглибленого вивчення дисципліни.

Конспект лекцій складається із лекційного матеріалу до кожної теми, запитань для самоконтролю знань та рекомендованої літератури.

Метою конспекту лекцій є формування у студентів системи науково-теоретичних та практичних знань із захисту прав споживачів, розкриття сучасних проблем захисту прав споживачів, визначення напрямів розвитку та удосконалення законодавства в цій сфері в умовах інтеграції України до стандартів ЄС, а також допомога студентам здобути теоретичні знання.

У результаті вивчення курсу студенти повинні:

знати теоретичні основи захисту прав споживачів, особливості сучасного захисту прав споживачів, нормативно-правові акти щодо захисту прав споживачів.

уміти оперувати правовими поняттями і категоріями захисту прав споживачів, правильно визначати проблеми захисту прав споживачів, шляхи їх подолання, проводити наукові дослідження

Конспект лекцій розрахований на студентів і викладачів, аспірантів, науковців, широке коло зацікавлених осіб. Він спрямований на спонукання його читачів до творчого, креативного мислення, розвитку практичних навичок.

ЛЕКЦІЯ №1

ТЕМА: ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

Мета: ознайомити студентів із загальними засадами захисту прав споживачів.

План.

1. Історичні передумови та історичні етапи зародження руху захисту споживачів.
2. Міжнародні консумерські організації споживачів.
3. Керівні принципи ООН та їх значення для захисту прав споживачів.
4. Поняття та зміст захисту прав споживачів.
5. Джерела захисту прав споживачів.

1. Історичні умови та історичні етапи зародження руху захисту споживачів.

Впродовж досить тривалого часу розвитку суспільства в тій чи іншій формі поставали питання, пов'язані з необхідністю регулювання відносин у різних сферах, в тому числі і в сфері торгівлі та надання різноманітних послуг.

Ще у XVIII ст. до н.е. закони царя Хаммурапі містили подібні норми. Так, відповідно до § 229, якщо будівник збудує дім і зробить свою роботу неналежно, так що збудований ним дім зазнає руйнувань і заподіє смерть господарю, – цього будівника слід убити.

Цікаві положення щодо регулювання взаємовідносин продавців та покупців у контексті забезпечення прав останніх знаходимо у правових пам'ятках держав Закавказзя. Так, у вірменському Судебнику Смбага Спарапета містяться положення про покарання людини, яка обманює ближнього і продає йому непридатну річ. У статті 142 говориться: «Бог вустами Мойсея велів, щоб людина, що обманює ближнього й продає погану річ як гарну, була проклята; а куплене або обмінене повинне бути повернуте. Але кожен продавець має боятися божого прокльону й сказати про ваду свого товару, після чого покупець більше не вправі повернути товар».

У грузинському Судебнику Бека і Агбуга (XIV ст.) зазначалося, що «якщо людина продасть людині норовистого коня нічого про норовистість не сказавши, а згодом це виявиться, то нехай продавець віддасть отриману ціну з оплатою виїждження коня й з відшкодуванням заподіяного збитку».

У XII столітті найдавніше міське право міста Зеста у Німеччині закріплювало положення про відповідальність за використання неправильних засобів зважування, мір довжини та менсур для вина або масла, а також за порушення при приготуванні окремих видів страв. Так, пункт 38 згадуваного права зазначає, що якщо пекарі будуть пекти хліб не за встановленим правилом, то вони повинні заплатити штраф.

Питання якості товарів, що виробляються, знайшли своє відображення у законодавстві середньовічної Франції. Прийнятий у XIII ст. Статут паризьких ткачів вонни передбачав штраф за порушення при її виготовленні. Згідно з пп. 31–32 цього Статуту, «ніхто, виробляючи сукно, не може класти разом зі справжньою вонною ягняти, а всі сукна повинні бути з самої вонни і так само доброякісні скраю і всередині».

Слід зазначити, що у законодавстві Франції питання захисту прав споживачів найбільшою мірою знайшли своє відображення у Цивільному кодексі 1804 року. Стаття 1625 цього кодексу присвячена гарантіям, які продавець повинен дати покупцю, вказує, що такого роду гарантія розповсюджується на два предмети: по-перше, на спокійне володіння придбаною річчю, і по-друге, на приховані вади або дефекти, які можуть спричинити розірвання договору.

Щодо України, то, не можна не враховувати й ту обставину, що протягом досить тривалого історичного періоду Україна входила до складу Російської Імперії. Перш за все, слід згадати у цьому зв'язку таку важливу правову пам'ятку, як Руська Правда. У коментарі до тексту статті «Про коня» зазначається, що вона торкається торгового права і дозволяє повернути купленого коня продавцю і забрати гроші назад, якщо у коня виявиться прихована вада або хвороба.

Щодо мір та вагів, Статут князя Володимира Святославича в статті 15 вказує на прерогативу церкви слідкувати за їх правильністю. Цей аспект також знайшов своє відображення у Статуті Великого князя Всеволода. Відповідні статті цього документа засновані на статті 15 Статуту князя Володимира, але мають суттєві доповнення, за якими, фактично, відомство мір та вагів вийшло з монопольного володіння церкви, а порушникам встановлювалося покарання, реалізація якого також передається купецькій організації та соцьким.

У Псковській Судній грамоті стаття 118 передбачала наслідки продажу корови з прихованими дефектами. У такому випадку правочин повинен бути визнаний недійсним, корова поверталася власнику, а гроші – покупцю. Досить специфічними слід визнати положення статті 114 цього документа, яка своєрідно захищає права сторін у торговому правочині, зазначаючи, що договір міни або купівлі-продажу є недійсним, якщо він був укладений у п'яному вигляді і у подальшому одна зі сторін побажає його розірвати.

Соборним уложенням 1649 року встановлюється відповідальність золотих і срібних справ майстрів за приховання або підміну благородних металів.

У XVIII столітті було прийнято ряд важливих правових актів, окремі положення яких спрямовані на регламентацію відповідних правових відносин, у тому числі із урахуванням забезпечення прав осіб, які виступали як покупці. Але більшою мірою ці положення були пов'язані з визначенням компетенції у цьому напрямку окремих посадових осіб та встановленням відповідальності за порушення конкретних правил. Так, глава XIX «Про городничого і його посаду» Установлення для управління губернії від 7 листопада 1775 року передбачала, що городничі, поряд з міським магістратом, мають здійснювати контроль за мірами та вагами.

У період існування радянської держави питанням правового захисту прав споживачів уваги практично не приділялось. Реальні кроки у цьому напрямку фактично підмінялися гаслами, які часто-густо набували характеру ідеологічних закликів. Варто згадати відоме гасло «Радянське – значить відмінно». Вперше в радянській дійсності спроба законодавчо закріпити права споживачів пов'язана з розробкою проекту закону СРСР «Про якість продукції і захист прав споживачів», який був опублікований в газеті «Известия» 12 лютого 1989 р. В окремих розділах проекту закону містились положення, які торкалися засад системи забезпечення якості продукції у соціалістичних виробничих відносинах, нормування, оцінки та контролю якості продукції, забезпечення ефективного впливу господарського механізму на якість продукції. Окремим 5 розділом проекту закону зарегламентувався захист прав споживача. Серед інших прав споживача передбачалися право на належну якість продукції, яка придбавається (ст. 26 проекту), право на інформацію щодо якості продукції (ст. 28), права покупця у випадку придбання продукції, яка не відповідає умовам договору про якість (ст. 29), права замовника при порушенні умов про якість в договорах про виконання робіт та наданні послуг (ст. 30), обов'язок виробника по маркуванню продукції (ст. 31), право на забезпечення безпеки життя і здоров'я людей (ст. 32). Не викликає сумнівів, що розробка цього проекту була важливим кроком на шляху забезпечення прав споживачів, але цей проект так і залишився проектом.

Лише у травні 1991 року був прийнятий Закон «Про захист прав споживачів». Перш за все слід зазначити, що в цьому законі було дано визначення важливих термінів, таких як «продукція», «споживач», «виробник», «виконавець», «продавець», «договір», «державний стандарт», «нормативно-технічна документація».

Підсумовуючи викладене, слід підкреслити низку важливих моментів. Перш за все зазначимо, що впродовж тривалого часу в законодавстві різних країн питання, так чи інші пов'язані із регламентацією відповідних суспільних відносин, отримували своє вирішення лише фрагментарно, але сама наявність певних правових приписів свідчить про їх значущість для життя суспільства. Необхідність їх вирішення також сприяла становленню та розвитку окремих галузей права, в тому числі цивільного і кримінального. Посилення державного впливу на суспільні процеси обумовили необхідність подальшого вдосконалення також і сфери адміністративно-правового регулювання. Це було важливо для налагодження

відносин у сфері виробництва і торгівлі, відпрацювання відповідних форм і методів контролю, застосування примусових заходів адміністративного впливу, арсенал яких поступово збільшувався і широко впроваджувався у практику регулювання суспільних відносин.

Починаючи з ХХ століття питання правового регулювання в сфері споживання набувають все більшої актуальності, перш за все завдяки бурхливому розвитку промисловості, появи нових технологій, в тому числі пов'язаних з виробництвом продуктів харчування та іншої продукції, спрямованої на забезпечення різноманітних потреб людини. Саме в цей період формується погляд на споживача як центральну фігуру у відносинах, пов'язаних з виробництвом і реалізацією матеріальних цінностей. Важливим є й те, що дієвим каталізатором процесів розвитку законодавства в сфері споживання стає усвідомлення того, що саме ця сфера відіграє все більш вагомий роль у забезпеченні життєдіяльності окремої людини та пов'язується з проблемами майбутнього людства в цілому.

Історичні етапи зародження руху споживачів

Перший етап (кінець 19 – початок 20 століття) був зумовлений певними політичними, соціально-економічними та морально-психологічними причинами. Безпосереднім поштовхом до створення перших спілок споживачів та їх виступів став ріст цін, поширена фальсифікація м'ясних консервів та інших продуктів харчування, а також ліків. На початку століття акцент робили на виробництві продуктів харчування. Тоді ж була написана знаменита книга “Джунглі”, яка мала широкий громадський резонанс. Вона розповідала про стандарти, про безпеку, яких слід дотримуватися під час виробництва м'ясних продуктів та наголошувала на тому, до яких наслідків для здоров'я можуть призвести порушення технології виробництва. Уже впродовж першого етапу уряди найбільш розвинених держав здійснили окремі результативні акції, спрямовані на обмеження свавілля виробників і торговців.

Як відомо, найдинамічніше рух на захист споживачів розвивався у США. Так, у 1891 р. у Нью-Йорку з'явилась перша Консюмерська ліга, яка підготувала “білий список” магазинів, які були найбільш справедливими як до своїх працівників, так і до споживачів. А витоки організованого консюмеризму — у формуванні 1899 року Національної ліги споживачів, яка по суті була першим у світі великим громадським об'єднанням споживачів. Ліга боролась з використанням неперевіраних, небезпечних засобів під час виробництва опродуктів харчування і ліків. До представників законодавчої влади країни було надіслано десятки тисяч петицій.

Президент Теодор Рузвельт, який у багатьох випадках був піонером та залишився у пам'яті американців як “справедливий Президент”, сприяв прийняттю низки законів про чистоту і безпеку харчових продуктів та ліків. Так було прийнято перші антимонопольні закони та закони про якість продуктів та ліків (1906 р.), про контроль за м'ясними продуктами (1906 р.). 1915 року було створено Федеральну торговельну комісію (ФТК) — першу в світі державну консюмерську структуру.

У Франції 1912 року відбулося об'єднання споживчих і кооперативних спілок у Національну федерацію споживчих кооперативів. Було прийнято перший консюмерський закон “Про фальсифікацію та підробки у сфері товарів та послуг” тощо. Приклад США і Франції успадкували Канада, Швеція, Німеччина, інші країни.

Деякі закони, прийняті того часу у Німеччині та Франції, чинні донині. Крім актів національного законодавства відносини за участю споживачів починають регулюватися і нормами міжнародного права. Серед перших прикладів актів міжнародного права із нормами у сфері охорони прав споживачів можна назвати Конвенцію для уніфікації деяких правил, що стосуються міжнародних повітряних перевезень від 12 жовтня 1929 р. із змінами та доповненнями, в якій захищено права пасажирів у межах міжнародних повітряних перевезень через встановлення, зокрема, правил про відповідальність перевізника. Далі розвиток консюмеризму сповільнився. Причини крилися у відносно низькому рівні розвитку науки, промисловості та суспільства в цілому. Негативно позначилася також Перша світова

війна, а також світова економічна криза перевиробництва — “велика депресія” — 20-х — початку 30-х років.

Другий етап 30–50 роки ХХ ст. Причини поживлення руху на захист прав споживачів у 30-ті роки і початок другого історичного етапу розвитку консюмеризму полягали передусім у розширенні державних соціальних програм у розвинених країнах внаслідок збільшення представництва соціалістичних і соціал-демократичних партій у парламентах (США, Франція, Великобританія, скандинавські країни). По-друге, досягнення науки і промисловості нової науково-технічної революції (20–30-ті роки ХХ ст.) призвели до значного насичення товарами споживчого ринку, зробили їх доступнішими для населення. Внаслідок цього значно збільшилась кількість організацій, що займалася тестуванням товарів.

По-третє, для запобігання у майбутньому економічній кризі, яка ледве не призвела всю капіталістичну цивілізацію до занепаду, економісти розробили низку нових економічних теорій, в яких велике значення мало не тільки виробництво, а й споживання.

За допомогою регулювання споживчого попиту, вважали вони, можна регулювати всю економіку. Перед громадськістю постало питання щодо споживчої освіти — від просвітницької (за допомогою засобів масової інформації) до викладання й вивчення у навчальних закладах. По-четверте, саме в 30-ті рр. ХХ ст. знову відбулись викриття зловживань бізнесу і фальсифікації продуктів.

Такі продукти, як, наприклад, “фруктовий джем”, що був виготовлений з води, глюкози, насіння трав та штучного барвника, підривали на ринку довіру до продукції добросовісних виробників. Крім того, труднощі економічної депресії 20-х — початку 30-х рр. дали змогу особливо виразно побачити недоліки законів про якість продуктів, що були прийняті на початку тисячоліття. Ці закони для свого часу були досить суворими, однак внаслідок стрімкого розвитку і зміни технологій безнадійно застаріли. Популярний американський президент

Франко Д. Рузвельт став на бік споживачів і здобув широку громадську підтримку. У 30-ті роки у США було поліпшено і розширено законодавчу базу на захист прав споживачів задля посилення контролю за якістю продукції створено спеціальне державне Управління з контролю за якістю харчових продуктів і медикаментів (1931 р.), низку інших допоміжних агентств, з’явилися періодичні видання, що віддзеркалювали інтереси споживачів тощо.

А основне — сформувався Союз споживачів США (1936 р.), який став моделлю для консюмерських об’єднань інших країн. Бурхливий розвиток консюмеризму відбувся в післявоєнний період.

Прийняття 1948 р. Генеральною Асамблеєю ООН “Загальної декларації прав людини” стимулювало створення національних асоціацій споживачів, подібних до Союзу споживачів США, майже у всіх розвинених державах. Так, організації, мета яких — презентувати інтереси споживачів, сформовано у Франції і ФРН (1951 р.), Великобританії (1957 р.), Канаді (1960 р.), країнах Скандинавії, Японії та ін. Від 1960 р. консюмеризм набуває міжнародного характеру — того року було створено Міжнародну організацію споживчих товариств — МОСТ (International Organisation of Consumer Unions — IOCU) з резиденцією в Гаазі (Нідерланди). У 1995 р. її було перейменовано у Всесвітню організацію споживачів (Consumer International — CI — Консюмерський Інтернаціонал), резиденцією в Лондоні (Великобританія). У західноєвропейському регіоні в межах Європейського економічного співтовариства від 1962 р. почало діяти Європейське бюро союзів споживачів (BEUC), штаб-квартира якого розташована в Брюсселі (Бельгія). Проте без рішучої підтримки з боку урядових установ, консюмерський рух другого історичного періоду був приречений на дрібні епізодичні акції протесту проти свавілля виробників і торговців. Під час другого етапу історичної еволюції консюмеризму відбувався процес удосконалення законодавства на захист споживачів та створення національних (в основному недержавних) спілок й асоціацій споживачів у розвинених державах. Консюмеризм набуває міжнародного характеру — створено перші міжнародні організації споживачів.

Третій етап 60-ті роки ХХ ст. — початок ХХІ ст. На державному рівні консюмеризм був підтриманий від початку третього етапу розвитку. Нову сторінку у відносинах уряду та споживачів відкрила 30 знаменна подія, пов'язана з ім'ям Президента США Джона Ф. Кеннеді, який вперше на урядовому рівні висловив думку про захист прав споживачів у своєму “Посланні до Конгресу США” після виборів у 1961 р. Це звернення не тільки не було сприйнято парламентом, а й спричинило бурхливі дебати, відлуння яких прокотилися світом: кого й навіщо маємо захищати? Для захисту прав людини існує Конституція! 15 березня 1962 р. Дж. Ф. Кеннеді звернувся одночасно і до Конгресу, і до громадських організацій. У новому Біллі Президента було розроблено цілком нові методологічні підходи до майбутнього розвитку консюмеризму. Вперше голова виконавчої влади країни, проголосивши перевагу споживача перед виробником, взяв під свій захист інтереси споживачів і сформулював послідовний перелік прав споживачів, які відтоді на законодавчій основі почали діяти не тільки в США, а й у всьому світі. Задекларовано такі права споживачів: · на безпеку — право на захист від продажу товарів, які загрожують життю чи здоров'ю людини; · на вибір — забезпечення, в міру можливостей, доступу до різноманітних товарів за доступними цінами; · на інформацію — захист від оманливої інформації, реклами, маркування тощо; · бути вислуханим — право на те, щоб інтереси споживачів повною мірою і доброзичливо враховувалися у формуванні урядової політики, щоб їх справи неупереджено та оперативно розглядали судові установи. Президент у своєму зверненні до Конгресу США підкреслив, що поняття “споживач” за своїм визначенням включає усіх, оскільки це — найбільша господарська група, що діє та зазнає впливу майже кожного економічного рішення.

Проте це найважливіша категорія, чиї думки часто не вислуховують. Було також зазначено, що масштаби ринкових операцій досягають надзвичайних обсягів, і це надає проблемі ринкового становища споживачів не лише господарського, а й політичного значення.

Звернення Дж. Ф. Кеннеді не всі сприйняли прихильно. Проте права споживачів затвердили й прийняли з двома додатками: · право на освіту споживачів; · право на компенсацію збитків.

Важливого значення для консюмерського руху загалом набула в 60-х роках діяльність американця Ральфа Нейдера та його помічників, яких він зустрічав усюди: серед сенаторів, студентів юридичних коледжів, співробітників прес-медіа тощо. Увагу широкої громадськості привернули їх викриття нечесного бізнесу, неякісних товарів, боротьба з державною корупцією і бюрократією. Наслідки випробувань публікували у спеціальних споживчих виданнях Consumer Report та Multinational Monitor.

Під тиском Нейдера та його однодумців вже наприкінці 60-х років з'явилися прецеденти, коли самі підприємці стали відкрито заявляти про недоліки своєї продукції. Так, інженер компанії “Дженерал Моторс” повідомив про дефекти у вихлопній системі автомобілів, що могло призвести до смерті водіїв, які заснули в кабіні.

Співробітники заводу “Кольт” розкрили інформацію про неправильні результати випробувань гвинтівки М-16, що надходила до В'єтнаму та ін. Рух отримав назву “дути у свисток” (whistleblowing). 1971 року Нейдер організував Конференцію професійної відповідальності, а в 1972 р. опублікував книгу Whistleblowing, в якій вперше узагальнив таку поведінку, коли чесність людини примирює її власну моральність із відповідальністю перед суспільством. 1989 року Президент США Дж. Буш підписав Закон про захист людей, які дмуть у свисток — це перший закон, спрямований на захист чесних працівників.

Нейдерівський рух разом із Біллем Дж. Кеннеді розпочав сучасну еру консюмерського руху і став моделлю для руху на захист прав споживачів в інших країнах.

Наступні президенти США до визначеного в Біллі Дж. Ф. Кеннеді переліку прав споживачів додали: · право на сприяння економічним інтересам споживачів і захист цих інтересів; · право на створення громадських організацій, спрямованих на захист прав й інтересів споживачів; · право на здорове навколишнє середовище.

Права споживачів доповнювали й удосконалювали в процесі розвитку й активізації консюмерського руху. Як вже було сказано, свій внесок у справу внесла Хартія захисту споживачів, прийнята 25-ю сесією Консультативної Асамблеї Євросоюзу 1973 року (резолюція 543). Документ складається з п'яти розділів відповідно до основних прав споживачів, а саме: А. Право споживачів на захист і допомогу. Б. Право на компенсацію в разі збитків. В. Право на консюмерську інформацію. Г. Право на консюмерську освіту. Ґ. Право на представництво та консультацію. Хартія, зокрема, містить положення про зобов'язання держави й уряду на національному рівні вирішувати проблеми розробки законодавчо-правової бази консюмеризму. Важливим є також положення щодо сприяння розвитку консюмеризму в країнах ЄС на рівні неурядових організацій. Декларуючи права споживача на захист і допомогу, Хартія підкреслювала, що держава повинна приділяти особливу увагу тому, щоб ефективний захист споживачів та допомогу було надано усім прошаркам населення, особливо найбільш вразливим та непривілейованим групам людей. Також було передбачено, що національне законодавство має включати загальні вимоги до безпеки продуктів харчування, інших товарів та послуг; неприпустимість продажу товарів і надання послуг, якщо їх звичайне і розумне використання може завдати шкоди споживачам. Продаж товарів і надання послуг, зокрема й у фінансовій сфері, мають виключати пряме чи опосередковане ошукування споживачів.

2. Міжнародні консюмерські організації споживачів.

Процес законотворчості і практичних дій на рівні виконавчої влади та ініціативи національних консюмерських організацій вийшов за кордони окремих держав. На міжнародному рівні консюмеризм представлений двома незалежними, некомерційними, неполітичними організаціями споживачів: Консюмерським Інтернаціоналом (СІ), і в європейському регіоні – Європейським бюро союзів споживачів (BEUC).

Консюмерський Інтернаціонал засновано в 1960 р. невеликою групою національних споживчих організацій на індивідуальних засадах і зареєстровано у Гаазі (Нідерланди) як Міжнародну Організацію Споживчих Товариств (IOCU). Упродовж наступних десятиріч організація швидко зростала. Якщо в рік заснування (1960 р.) вона об'єднувала 21 національну консюмерську організацію з 18 країн світу, то нині до її складу входить майже 270 національних державних, громадських, регіональних та інших консюмерських організацій.

Нині, крім основного центру в Лондоні (створений 1993 р.), СІ має три регіональні центри: в Сантьяго, Чилі (Латинська Америка й Карибський басейн), КуалаЛумпур, Малайзія (Азія й Тихоокеанський регіон), Хараре, Зімбабве (Африка); а також чотири субрегіональні центри — в Сенегалі, Новій Зеландії, Індії, Гватемалі.

Консюмерський Інтернаціонал — незалежна, неприбуткова, неполітична організація. Фінансується він доходами від членських внесків (приблизно 40 відсотків від загального фінансування). Фонд його формують також прибутки від публікацій, гранти від фондів урядів та багатосторонніх агенцій із фінансування різних проектів (60 відсотків).

СІ має три види членства: повне, часткове й урядове. Його членами можуть стати тільки некомерційні організації, не пов'язані з промисловістю або торгівлею. Організації, що входять до СІ як асоціативні (з правом голосування), не можуть отримувати матеріального прибутку, а також субсидії від комерційних або політичних організацій, не повинні дозволяти використовувати свою назву з комерційною метою. Організації, що не є асоціативними членами, входять до СІ як фактор підтримки. Державні організації — члени СІ повинні насамперед презентувати інтереси споживачів або представляти антимонопольні структури будь-якої країни, які не пов'язані з комерційною діяльністю. Більшість членів — незалежні неурядові організації, приблизно чверть — урядові агенції, офіційні організації та інші громадські групи, діяльність яких пов'язана з захистом інтересів споживачів. Організації, які подали заявку на членство в СІ, повинні мати відповідні документи, що підтверджують характер їх діяльності та незалежний статус, а також повинні бути відомими у відповідному Регіональному офісі СІ не менше двох років, працюючи на асоціативних

засадах. Заяви майбутніх членів розглядає Виконавчий комітет СІ упродовж шести місяців. Членські внески встановлюють залежно від розмірів та типів організації.

Структура СІ є демократичною. Кожен повноправний член СІ має один голос у Генеральній Асамблеї, що визначає політику та пріоритети діяльності організації. Генеральна Асамблея обирає Раду СІ — координуючий орган, що складається з одного представника від 20 організацій. Раду (з повним членством) переобирають що три роки на Всесвітніх конгресах споживачів. Конгрес споживачів також обирає Президента СІ. Рада обирає Виконавчий комітет у складі 8 членів, якому передають найважливіші функції Ради. У Раді та Виконавчому комітеті представлені всі регіони світу. Створений спочатку як інформаційний центр для обміну досвідом у проведенні порівняльних випробувань товарів широкого вжитку, СІ вже від 1964 р. відчутно впливає на міжнародні організації зі стандартизації.

Відповідно до Статуту СІ, завданням організації є також координація та планування інформаційної та видавничої діяльності національних консьюмерських організацій; реєстрація всіх незалежних випробувальних лабораторій; сприяння міжнародному співробітництву у проведенні порівняльних випробувань споживчих товарів; регулювання класифікацій та оцінювання товарів, а також передруку опублікованих матеріалів із зазначеними оцінками; фінансування організацій, що захищають права й інтереси споживачів тощо.

Сьогодні СІ вважають голосом міжнародного руху споживачів про такі різні поняття, як товари й продукти харчування, здоров'я і права пацієнтів, навколишнє середовище та споживання, регулювання міжнародної торгівлі і засобів громадського користування. СІ намагається сприяти розвитку справедливого суспільства через захист усіх споживачів, включаючи бідних, малозабезпечених та людей із вадами, підтримуючи та посилюючи членські організації і консьюмерський рух загалом. СІ дбає про освіту споживачів, забезпечує їх такими матеріальними ресурсами, як книги та інформаційні довідники. Щорічно до Всесвітнього дня захисту прав споживачів оприлюднюють буклет для планування дій груп споживачів. Регіональні офіси СІ реалізують наукові програми для розвитку певних навичок у членів організацій. Ці програми зокрема містять дані про перевірку продукції та обслуговування, дослідження та публікації з виробництва та маркетингу. Повноправні члени організації отримують публікації СІ безкоштовно, а часткові й урядові — за помірну плату.

Через Consumer Interpol СІ організував інформаційну мережу попередження про небезпечні товари, координує всесвітню кампанію проти недоброякісної реклами та спонсорства тютюнових підприємств, є одним із шести координуючих центрів інтернаціональної Системи заходів боротьби з пестицидами тощо.

Зокрема, ще в 1997 р. СІ висунув загальні пропозиції створити базу даних продуктів харчування у міжнародній торгівлі, зокрема визнаних непридатними. Ідею створити базу даних підтримали делегації низки країн, хоча вона діє як “чорний список”. За загальним рішенням країн — членів СІ програма потребує конкретизації й майбутньої розробки з використанням глобального методу обміну інформацією про пересування продуктів харчування в міжнародній торгівлі.

СІ заохочує дослідження і діяльність із глобальних консьюмерських проблем, презентує інтереси споживачів перед політичними структурами. СІ видає різні довідники, доповіді, книги, щотижневіки. Разом із журналом *International Consumer* (“Міжнародний споживач”), який виходить шість разів на рік, у межах СІ що два роки видають *International Consumer Directory* (“Міжнародний консьюмерський довідник”), *Circular letters* (“Циркулярні листи”), які розсилають лише членам СІ, а також регіональні інформаційні бюлетені відповідно до п'яти основних регіональних програм СІ. Щорічно трьома мовами (англійською, французькою, іспанською) виходить *Annual Report* (“Щорічний звіт”) Консьюмерського Інтернаціоналу.

Завдяки електронній мережі (<http://www.consumersinternational.org>) СІ об'єднує організації споживачів усього світу та має інформацію для постійного доступу. Крім членів СІ, до *International Consumer Directory* входять організації, що стоять на варті інтересів споживачів і не мають від цього матеріальної вигоди: організації зі стандартизації, комітети

профспілок або кооперативів, підрозділи в урядових установах та спеціалізовані групи, що працюють у сфері проблем харчування, пестицидів, охорони здоров'я тощо (сьогодні їх понад 300).

Через своє центральне відділення у Лондоні та регіональні відділи в Західній і Східній Європі, Північній Америці, Азії та Тихоокеанському регіоні, Латинській Америці й Карибському басейні, а також через представництво у впливових міжнародних організаціях СІ презентує інтереси своїх членів і підтримує їх, особливо новостворені консюмерські групи. СІ організовує щорічні міжнародні семінари в різних регіонах світу, а раз на три роки — всесвітні консюмерські конгреси.

Членами Консюмерського Інтернаціоналу стали й українські організації. Так, від 1991 р. членом Консюмерського Інтернаціоналу є неурядова консюмерська структура — Українська Асоціація споживачів (створена 1989 р.), яка брала участь в останніх п'яти Всесвітніх Конгресах споживачів (1991, 1994, 1997, 2000, 2003 рр.). На державному рівні від 1997 р. Україну презентував в цій організації Державний комітет України у справах захисту прав споживачів (Держспоживзахист, 1992 р.), правонаступником якого сьогодні є Держспоживпродслужба України.

Європейське бюро союзів споживачів

ЄБСС (Європейське бюро споживчих споживачів було створено 6 березня 1962 року споживчими організаціями Бельгії, Люксембурга, Франції, Нідерландів, Італії та Німеччини. В результаті кількарічної співпраці, вони прийняли рішення створити загальноєвропейську асоціацію, яка розміщується у Брюсселі, в центрі формування політики Європейського Союзу. ЄБСС стала однією з найперших лобістських організацій, які розмістилися у європейській столиці з метою впливу на процеси прийняття рішень. Вона мала численних послідовників, кількість лобістських організацій безперервно зростає і на сьогодні перевищила 15000. Більшість із цих лобістських організацій існують для захисту комерційних, промислових і сільськогосподарських інтересів. У той час, як кожна з таких груп має право висловлювати власну думку, значний тиск на осіб, які приймають рішення, означає необхідність забезпечити помітний вплив ЄБСС на політичній сцені Брюсселя. Для досягнення цієї мети, бюро отримує фінансування від своїх членів, а також гранти від Європейського Союзу. Це дає змогу ЄБСС продовжувати виконувати завдання, які воно виконувало протягом останніх 45 років, пов'язані з розвитком основних прав споживачів.

ЄБСС вивчає всі рішення, програми та події у Європейському Союзі, що можуть вплинути на споживачів. Окрім лобіювання, воно також формально представляє споживачів у процесі прийняття рішень. Бюро має свого представника у Європейській консультативній споживчій групі (ЄКСГ – ECCG), а експерти з його організацій-учасників беруть участь у різних дорадчих групах Європейської Комісії – таких, наприклад, як сільськогосподарська дорадча група при Генеральній дирекції з питань сільського господарства, або Група ринку платіжних систем (Payment Systems Market Group – PSMG) при Генеральній дирекції з питань внутрішнього ринку. У Європейському Парламенті ЄБСС встановило контакти з усіма депутатами, зокрема, через Інтергрупу з питань охорони здоров'я і споживачів, для якої бюро, спільно з Європейським альянсом громадського здоров'я (European Public Health Alliance – ЕРНА) забезпечує послуги секретаріату. Метою Інтергрупи є об'єднання депутатів, експертів із різних галузей промисловості, а також споживчих організацій та організацій охорони здоров'я, для обговорення питань, що стоять на порядку денному Європейського Парламенту з питань захисту прав споживачів.

ЗКерівні принципи ООН та їх значення для захисту прав споживачів.

Гарантом захисту інтересів і прав споживачів стала, безперечно, діяльність Організації Об'єднаних Націй. Уперше в межах ООН питання захисту споживачів постало в резолюції 2III Економічної та Соціальної Ради ООН від 4 серпня 1977 р. Рада звернулася до Генерального секретаря ООН із проханням підготувати огляд організаційних та правових заходів, що захищають індивідуального споживача на національному рівні, та визнала за необхідне координацію зусиль у межах ООН.

У резолюції 1979/74 Економічна та Соціальна Рада ООН запропонувала Генеральному секретареві ООН підготувати всеохоплюючу доповідь із проблем захисту прав споживачів, в якій, зокрема, містилися б пропозиції щодо відповідних норм та інших заходів захисту інтересів споживачів. Доцільним вважали розробку організаційних заходів діяльності для захисту інтересів споживачів у межах Організації Об'єднаних Націй. У резолюції Економічної та Соціальної Ради 1981/62 від 23 липня 1981 р. викладено основну ідею розробки низки керівних принципів для захисту інтересів споживачів.

1983 року вже було представлено проект Керівних принципів ООН на захист прав споживачів. Упродовж двох наступних років проект став предметом консультацій між урядами, міжнародними консюмерськими організаціями та структурами ООН.

9 квітня 1985 р. Керівні принципи на захист інтересів споживачів набули статусу резолюції (№ 39/248) Генеральної Асамблеї ООН.

Документ було прийнято з метою сприяти встановленню або забезпеченню у всіх країнах відповідного захисту населення як споживачів, а також створенню незалежних груп споживачів у країнах, що розвиваються, і соціалістичних країнах.

Метою створення Керівних принципів ООН було прагнення захистити права споживачів у всіх країнах, і особливо в країнах, що розвиваються.

Держави — члени ООН зобов'язалися проводити активну політику захисту прав споживачів з урахуванням методології цього документа, визначаючи власні першочергові завдання в цій сфері. Міжнародний консюмерський досвід, який було вміщено у чотирьох розділах (I. Цілі (Пріоритетні напрями); II. Загальні принципи; III. Керівні принципи; IV. Міжнародне співробітництво), що склалися з 46 статей, свідчив, що захист прав споживачів має неабияке значення для соціально-економічного розвитку країн.

У ст. 1 рекомендовано звернути увагу на той факт, що споживачі здебільшого перебувають у неоднаковому становищі з позиції економічних умов, рівня освіти і купівельної спроможності. У зв'язку з цим Організація Об'єднаних Націй визначила Пріоритетні напрями (цілі) своєї діяльності у сфері захисту інтересів і прав споживачів: а) сприяння країнам у встановленні та забезпеченні належного захисту свого населення як споживачів; б) допомога у створенні структур виробництва та розподілу, здатних задовольнити потреби та запити споживачів; в) заохочення високого рівня етичних норм поведінки тих, хто пов'язаний із виробництвом та розподілом товарів та послуг для споживачів; г) сприяння країнам у боротьбі зі шкідливою діловою практикою всіх підприємств на національному й міжнародному рівнях, яка має негативний вплив на споживачів; ґ) допомога у створенні незалежних груп споживачів; д) розширення міжнародного співробітництва в галузі захисту інтересів споживачів; е) заохочення створення ринкових умов, які надають споживачам можливість більшого вибору за нижчі ціни. Документ настійно пропонував урядам держав брати активну участь у всебічному розвитку консюмеризму.

Саме в урядах ООН вбачає гарантію захисту прав споживачів, що, водночас, у жодному разі не применшує ролі громадських консюмерських організацій.

“Уряди, — вказано в ст. 2 Керівних принципів, — повинні розробляти, закріплювати або ж продовжувати активну політику щодо захисту інтересів споживачів із урахуванням нижчевикладених принципів. Кожен уряд має визначити власні першочергові завдання у сфері захисту інтересів споживачів відповідно до економічних і соціальних умов країни і потреб свого населення, а також з урахуванням втрат і переваг цих заходів”.

Далі в ст. 4 цього документа сказано: “Урядам слід засновувати чи зберігати належну інфраструктуру, яка б розробляла, втілювала у життя і контролювала політику захисту прав споживачів. Особлива увага має бути приділена забезпеченню того, щоб заходи на захист інтересів споживачів проводилися на користь усіх верств населення, особливо сільського”. У Керівних принципах декларовано необхідність задоволення насамперед таких законних потреб споживачів: · захист споживачів від завдання шкоди здоров'ю; · право на безпеку і на високу якість споживчих товарів та послуг; · сприяння економічним інтересам споживачів та захист цих інтересів; · доступ споживача до відповідної інформації, необхідної для

компетентного вибору відповідно до індивідуальних запитів та потреб; · просвіта споживачів; · вироблення системи розподілу основних споживчих товарів та послуг (особливо в сільській місцевості); · наявність ефективних процедур розгляду скарг та отримання компенсації; право на здорове навколишнє середовище; · право на висловлення своїх інтересів.

Значну увагу було приділено фізичній безпеці споживачів. У документі зокрема зазначено, що належна політика має забезпечити безпеку вироблених товарів як за умови їх використання за призначенням, так і за інших умов їх розумного використання.

Ті, хто несе відповідальність за вихід товарів на ринок (постачальники, експортери, роздрібні торговці тощо), повинні подбати, щоб ці товари не стали небезпечними через невідповідне зберігання чи використання. Споживачам потрібно надавати інструкції щодо правильного використання товарів та інформувати про можливий ризик у разі використання за призначенням або за умов іншого розумного використання. Там, де можливо, споживачам потрібно надавати інформацію про безпечне використання за допомогою прийнятих у міжнародних масштабах позначень. Також виробники чи дистриб'ютори, якщо їм стало відомо про виникнення непередбачуваної небезпеки вже після виходу товарів на ринок, повинні негайно повідомляти про це відповідні органи влади, а у разі необхідності — і громадськість.

Уряду також необхідно розглянути способи забезпечення того, щоб споживачі були інформовані про таку небезпеку. Також у разі необхідності слід розробити політику на випадок виявлення істотного дефекту у будь-якому товарі та/чи істотної чи серйозної небезпеки, навіть за умови його правильного використання. Виробники та/чи дистриб'ютори повинні вилучити товар з обігу та усунути дефект, замінити або запропонувати інший товар. Якщо в обумовлений термін це зробити неможливо, споживачу має бути виплачена відповідна компенсація. Керівними принципами також передбачено сприяння економічним інтересам споживачів та захист цих інтересів через надання можливості максимально вигідно використовувати свої економічні засоби, а також через забезпечення задовільних технічних та експлуатаційних характеристик, сумлінної ділової практики, інформаційного маркетингу та ефективного захисту від практики, яка може негативно вплинути на економічні інтереси споживачів.

Рекомендовано заохочувати товариства споживачів до контролю за такою негативною практикою, як фальсифікація продуктів харчування, неправдива інформація з метою збуту товару та ошукування споживачів у сфері обслуговування. Також урядам надано рекомендації розробити чи зберегти політику, що чітко визначає відповідальність виробника за те, щоб товари задовольняли вимоги споживачів щодо їх тривалого використання, придатності та надійності, відповідності призначенню.

Уряди повинні забезпечувати виконання цих умов з боку продавців. Уряди повинні заохочувати добросовісну та ефективну конкуренцію з метою забезпечення споживачів різноманітним вибором товарів та послуг за мінімальними цінами. Рекламна та торгова практика має відповідати принципу справедливого обслуговування споживачів та правовим вимогам. Це потребує надання необхідної інформації для прийняття компетентного та незалежного рішення, а також заходів для забезпечення достовірності наданої інформації.

Слід заохочувати сторони до участі у вільному обміні правдивою інформацією з усіх аспектів споживчих товарів. Урядам слід заохочувати розробку загальних програм освіти та інформування споживачів з урахуванням культурних традицій населення. Метою таких програм має бути забезпечення можливості для населення діяти як освічені споживачі, здатні зробити компетентний вибір товарів та послуг зі знанням своїх прав та обов'язків. У розробці таких програм особливу увагу необхідно приділяти потребам споживачів, що перебувають у несприятливих умовах як в сільській місцевості, так і в містах, включаючи споживачів із низьким рівнем доходів, а також малоосвічених та неосвічених. Урядові органи повинні заохочувати товариства споживачів та інші зацікавлені структури, зокрема засоби масової інформації, розробляти програми просвіти та інформування. Ділові люди також повинні брати у цьому участь. Для неосвічених споживачів слід, відповідно до

конкретних умов, розробити чи заохочувати розробку програм інформування за допомогою засобів масової інформації. Важливо організувати чи заохочувати програми відповідної підготовки для педагогів, спеціалістів у сфері засобів масової інформації для того, щоб вони могли брати участь у здійсненні програм просвіти та інформування споживачів.

У ст. 43 розділу “Міжнародне співробітництво” було рекомендовано урядам виробляти узгоджені заходи, особливо в регіональному і субрегіональному контексті. Дуже важливе міжнародне співробітництво, за допомогою розвитку та зміцнення інформаційних зв’язків, для припинення продажу товарів заборонених, вилучених з обороту чи суворо обмежених задля того, щоб інші країни-імпортери мали можливість належно захистити себе від шкідливих наслідків через використання таких товарів. Слід домагатися, щоб якість товарів та інформація про ці товари не змінювалися залежно від тієї чи іншої держави, що могло би спричинити негативні наслідки для споживачів. Урядам потрібно співпрацювати з метою забезпечення того, щоб політика та засоби захисту споживачів застосувалися без перешкод міжнародній торгівлі та відповідали міжнародним торговельним зобов’язанням.

Більшість положень Керівних принципів віддзеркалювала ситуацію в розвинених країнах і недостатньо враховувала інтереси споживачів країн, що розвиваються. Все ж, метою документа було поширення саме в країнах, що розвиваються, консюмерських методів, притаманних розвиненим країнам світу.

Адже проблема захисту споживачів загострювалася в країнах, що розвиваються, по-перше, внаслідок недосконалого рівня політичного і соціально-економічного розвитку; по-друге, у зв’язку з розширенням міжнародної торгівлі та діяльності багатонаціональних компаній; по-третє, настійною необхідністю контролю за конкуренцією, ціновою політикою, рекламною практикою цих компаній, що впливає на необхідність охоплювати споживачів у сільській місцевості, здоров’я населення та стан навколишнього середовища. Поширення сучасних консюмерських методів у країнах, що розвиваються, було можливе тільки за допомогою розвинених країн і за підтримки впливових міжнародних організацій, передусім СІ. Тому Керівні принципи потребували адаптації цих методів до місцевих умов. Вони також містили низку положень щодо антимонопольного законодавства, міжнародної торгівлі, контролю за іноземними інвестиціями тощо. Керівні принципи ООН, які акцентували увагу на першочерговій ролі держави в регулюванні економічного життя, зокрема у питаннях контролю за транснаціональними корпораціями, отримали схвалення і з боку колишнього СРСР та соціалістичних країн.

Слід зауважити, що Керівні принципи не мали обов’язкової сили для членів ООН, але згодом були визнані більшістю країн світу. Вони повинні були стати методологічною основою для національних консюмерських програм, бути орієнтиром для адміністративних та судових інстанцій держав, заклали передумови майбутнього поглиблення міжнародного консюмеризму. Незважаючи на те, що зміст статей Керівних принципів відображав взаємозв’язок між силами на момент прийняття, документ став могутнім стимулом для активізації консюмеризму в передових державах, а також для формування і розвитку руху на захист прав споживачів у країнах, що розвиваються, й у постсоціалістичних державах. За роки, що минули від моменту прийняття Керівних принципів, Економічна та Соціальна Рада ООН постійно отримувала доповіді-звіти (насамперед від СІ) щодо заходів, які застосовують уряди конкретних країн для їх впровадження. Так, у контексті програми дії до 1995 р. Економічна та Соціальна Рада ООН просила провести огляд заходів щодо захисту прав й інтересів споживачів, які увійшли до практики урядів країн. З цією метою всім урядам країн — членів ООН був розісланий детальний опитувальник, розроблений так, щоб не лише визначити останні зміни у консюмерській політиці держав, а й виявити сфери, в яких вони відчують потребу в допомозі з боку ООН.

Респондентам також було запропоновано сповістити про фактичне застосування Керівних принципів під час розробки і реалізації заходів з метою захисту прав й інтересів споживачів, а також створення відповідних структур для втілення їх у життя. Уряди розвинених країн повідомили ООН про те, що Керівні принципи значно вплинули на характер їх роботи у цій галузі.

Наприклад, уряд Нідерландів використав їх як критерії під час оцінювання своєї консюмерської політики. 1991 року Консультативний комітет у справах споживачів Фінляндії затвердив програму дій у сфері захисту прав й інтересів споживачів, взявши за основу Керівні принципи. Отже, Керівні принципи набули неабиякого значення для урядів більшості держав як розвинених, так і тих, що розвиваються, у сфері розробки і реалізації консюмерської політики. Вони вказали на важливість і необхідність надання в системі ООН систематичної допомоги у справі методології і відпрацювання механізмів консюмеризму; підтвердили настанову на активізацію міжнародного співробітництва в галузі політики, що орієнтована на захист прав й інтересів споживачів. Спільні заходи надають країнам світу можливість використовувати взаємний досвід та уникати непотрібного дублювання зусиль.

Відповідно до Керівних принципів, основним змістом економічної політики будь-якої держави повинно бути створення таких ринкових відносин, які б надавали споживачам найбільший вибір якісних товарів та послуг за низькими цінами.

Особливу увагу в Керівних принципах приділено найменш соціально захищеним верствам населення, зокрема жителям сільських регіонів. Вперше в історії людства на міжнародному рівні були сформульовані основні потреби споживачів: правова безпека товарів і послуг; створення широкого інформаційного й освітянського простору; право об'єднуватися у відповідні групи й організації; право на доступний для кожного механізм 38 адміністративного та правового захисту в разі зазнання збитків від неякісних товарів та послуг. Хоча Керівні принципи ООН мали рекомендаційний характер, однак їх впровадження стало своєрідним індикатором додержання прав людини у будь-якій країні світу.

Керівні принципи ООН стали програмою на 10 років. Проте відбулися радикальні переміни у світовому соціально-економічному і політичному розвитку. До того ж постало питання про розробку нових підходів у спільній стратегії консюмеризму в XXI ст.

4. Поняття та зміст захисту прав споживачів.

Захист прав споживачів – це складова частина захисту прав людини. В державах з розвиненою економікою споживач здійснює керівну функцію на споживчому ринку. А це можливо лише за активної життєвої позиції кожного громадянина країни та державної підтримки.

Виходячи з принципу, закріпленого в ст. 3 Конституції України про те, що людина, її життя і здоров'я, честь та гідність, недоторканність і безпека визнані в Україні найвищою соціальною цінністю, права споживачів належать до найголовніших соціальних прав громадян, захист яких покладено на державу. Ці принципи конкретизовано в положеннях ст. 4 Закону України «Про захист прав споживачів».

Сфера захисту прав споживача у більшості своїй знаходиться саме у площині цивільного права, оскільки правовідносини за участю споживачів виникають на підставі цивільно-правових договорів - купівлі-продажу, підряду, договорів з надання послуг, які наділені захисною функцією, що являє собою механізм захисту порушених прав шляхом примусу до виконання обов'язку в натурі, відшкодування збитків, застосування заходів оперативного впливу.

Кожна держава закріплює за своїми громадянами певні права та обов'язки і намагається створити найсприятливіші умови для їх реалізації. Тому одним з найголовніших завдань держави є захист законних прав громадян як споживачів.

У ЦК України, хоч і немає визначення поняття захисту прав споживачів, але визначаються порядок та засоби (способи) захисту або охорони порушеного права. Так, у ст. 6 ЦК України зазначається, що "захист цивільних прав здійснюється в установленому порядку судом, арбітражем або третейським судом" переліченими в статті засобами. У Законі України "Про захист прав споживачів" відтворені і розвинуті основні положення щодо захисту права власності, викладені в Конституції України та ЦК України.

Необхідно зазначити, що дослідження поняття "захист прав споживачів" завжди посідало важливе місце в юридичній науці взагалі і в цивілістичній зокрема, адже на захист

прав споживачів прямо чи опосередковано спрямовані норми багатьох галузей права (цивільного, кримінального, адміністративного та ін.). При цьому погляди вчених на це поняття виявилися різними, що зумовлено відмінністю цивільно-правових засобів захисту від інших засобів (кримінально-правових, адміністративно-правових тощо), відсутністю однозначності у законодавчому врегулюванні захисту прав споживачів, наявністю розбіжностей у тлумаченні понять "правовий захист" та "правова охорона" та іншими обставинами.

Цивільно-правовому захистові притаманні свої специфічні методи та засоби, які істотно різняться від існуючих в інших галузях права. Безперечно, цивільне право, як і інші галузі права, має на меті виховання громадян і юридичних осіб у дусі поваги до власності інших осіб, утримання від порушень прав споживачів. Ця мета досягається за допомогою спеціальних цивільно-правових методів та засобів.

Специфіка цивільно-правового захисту прав споживачів насамперед полягає у застосуванні таких юридичних механізмів (засобів чи способів), які забезпечують, як правило, відшкодування збитків (матеріальних та моральних). Цьому не можуть сприяти повною мірою норми інших галузей права, зокрема кримінального, санкції якого в першу чергу спрямовані на особу порушника чи на його майно у вигляді міри покарання (конфіскація, штраф). Більше того, в багатьох випадках потерпіла від злочину особа може бути заінтересована не у притягненні злочинця до кримінальної відповідальності, а у відшкодуванні завданих матеріальних збитків, що досягається вже засобами цивільного права. Саме в цьому і полягають специфіка та переваги цивільно-правового захисту.

Однак, поки що юридичною наукою не сформульовано чітких критеріїв щодо змісту захисту цивільних прав споживачів та його розмежування з правовою охороною цих прав. Ця проблема була предметом наукових досліджень багатьох юристів як радянського, так і сучасного періодів.

Досить поширеною у юридичній літературі є позиція, згідно з якою правовий захист охоплює всю систему правових засобів, спрямованих на забезпечення та здійснення відповідних цивільних прав. Один з виразників цієї позиції Г. М. Стоякін зазначив, що правовий захист включає в себе: видання норм, які встановлюють права та обов'язки, визначають порядок їх здійснення та захисту і загрожують застосуванням санкцій; діяльність суб'єктів зі здійснення своїх прав та захисту суб'єктивних прав; попереджувальну діяльність державних та громадських організацій та діяльність з реалізації правових санкцій. У даному разі автор дав широке тлумачення правового захисту.

Представники другої позиції пропонують розглядати правовий захист як систему юридичних норм, спрямованих на попередження правопорушень та усунення їх наслідків. За такого підходу правовий захист фактично ототожнюється з правовим інститутом, норми якого забезпечують реалізацію захисних функцій щодо існування та здійснення відповідних прав.

Вирішуючи проблему змісту правового захисту переважна частина юристів дійшла висновку про те, що при цьому слід розмежовувати поняття "правовий захист" і "правова охорона", вкладаючи в них різний зміст. На їх думку, правовий захист є лише складовою частиною правової охорони, до якої мають включатися лише засоби, пов'язані з реалізацією особою права на захист. Так, В. Ромовська вважає, що призначенням правової охорони є регулювання суспільних відносин на першому етапі та визначення заходів з охорони конкретного суб'єктивного права на другому етапі, а сама можливість захисту цього права і конкретне його здійснення є одним з чинників правової охорони, а правовий захист — лише результат реалізації особою права на захист¹. Такий підхід до визначення правової охорони та правового захисту, безперечно, заслуговує на підтримку, хоч і має певні вразливі місця. По-перше, автор дещо протиставляє правовий захист правовій охороні, по-друге, не включає до правового захисту самі цивільно-правові засоби (способи) відновлення порушеного права, без яких особа взагалі не може реалізувати своє право на захист.

Такого протиставлення прагнула уникнути Я. М. Шевченко, яка вважає, що "поняття охорони включає в себе поряд із заходами економічного, політичного, ідеологічного

характеру, що забезпечують нормальне регулювання суспільних відносин, попередження правопорушень, усунення причин, що їх породжують (регулятивні норми), а також і заходи, спрямовані на поновлення чи визнання прав у разі порушення чи оспорювання їх, а саме — захист (охоронні норми) Отже, автор прямо визнала правовий захист складовою частиною правової охорони.

Завершуючи огляд юридичної дискусії з приводу цього питання, слід відзначити чітку тенденцію до визнання правової охорони більш широким поняттям порівняно з правовим захистом. В основі правової охорони визначальними є принципи забезпечення непорушності та здійснення цивільних прав, у т. ч. і права власності, та заходи, спрямовані на попередження порушень цих прав. У той же час захисні норми спрямовані насамперед на відновлення порушеного права та усунення перешкод у його здійсненні шляхом вчинення відповідних дій.

У статтях ЦК України передбачаються положення про захист цивільних прав споживачів. Правозахисні норми щодо захисту прав споживачів зосереджені в главі 54 "Купівля-продаж".

Отже, підсумовуючи сказане, можна зазначити, що захист прав споживачів — це система заходів, спрямованих на усунення порушень прав споживачів, покладення виконання обов'язку з відновлення порушеного права на порушника.

5. Джерела захисту прав споживачів.

Законодавча база з питань захисту прав споживачів в Україні включає в себе велику кількість нормативно-правових актів різної юридичної сили та галузевої спрямованості.

На вершині ієрархічної побудови системи правового регулювання, в тому числі і в сфері споживання, безумовно, знаходиться Конституція України. Основний Закон держави виступає як головний, базовий правовий акт для всієї структури законодавства України і є основним законом держави, що має особливі юридичні властивості і за допомогою якого народ або органи держави, що виступають від його імені, закріплюють права і свободи людини і громадянина, основи громадянського суспільства, які охороняються державою, утверджують основні засади устрою суспільства і держави, визначають суб'єктів влади, а також механізм її організації і здійснення. Важливо і те, що на конституційному рівні знайшли своє закріплення не тільки положення, що держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів, а й засади дієвого механізму гарантування реалізації та захисту такого роду прав.

Виходячи з принципу, закріпленого в статті 3 Конституції України, що людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю, права споживачів належать до основних соціальних прав, захист яких є основним обов'язком держави. Відповідно до статті 42 Конституції України держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпекою продукції та усіх видів послуг, робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів.

Відповідно до ст.50 Конституції України кожному гарантується право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення. Така інформація ніким не може бути засекречена.

Суттєву роль у регулюванні вказаних відносин відіграють норми цивільного права, які містяться перш за все у Цивільному кодексі України - кодифікованому галузевому нормативному акті, що має силу закону і встановлює основні критерії участі громадян і юридичних осіб у цивільному обороті. Але деталізація правових приписів, спрямованих на регулювання і захист прав споживачів, здійснюється спеціальним законодавством, основу якого складає Закон України „Про захист прав споживачів” та деякі інші законодавчі акти, які прямо або опосередковано впливають на політику держави в сфері захисту прав споживачів.

Закон України „Про захист прав споживачів” є спеціальним комплексним законодавчим актом, який містить особливі методи і способи захисту прав споживачів. Ці

особливості насамперед полягають у встановленні, крім звичайних, ще і додаткових гарантій реалізації споживачами своїх прав та додаткових обов'язків і підвищеної відповідальності зобов'язаних по відношенню до споживачів осіб.

Закон складається з п'яти розділів та тридцяти двох статей.

У першому розділі «Загальні положення» визначені терміни, що застосовуються законодавством про захист прав споживачів та подана характеристика законодавства про захист прав споживачів та міжнародних договорів.

У другому розділі «Права споживачів та їх захист» викладені права та обов'язки споживачів; основні положення про захист прав споживачів; право споживача на належну якість продукції; гарантійні зобов'язання; права споживача у разі придбання ним товару неналежної якості; права споживача при придбанні товару належної якості; права споживача у разі порушення умов договору про виконання робіт (надання послуг); права споживача в разі придбання ним продукції в кредит; права споживача в разі укладання договору поза торговельним або офісним приміщенням; право споживача у разі укладання договору на відстані; право споживача на безпеку продукції (товарів, наслідки робіт); право споживача на інформацію про продукцію; засади майнової відповідальності за шкоду, завдану дефектною продукцією або продукцією неналежної якості; права споживача у сфері торговельного та інших видів обслуговування; підстави визнання недійсними умов договорів, що обмежують права споживачів; заборона нечесної підприємницької практики; вказує можливі порушення прав споживачів, регламентує судовий захист прав споживачів та встановлює відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів.

У третьому розділі «Громадські організації споживачів (об'єднання споживачів)» встановлюється правове положення громадських організацій споживачів (об'єднань споживачів) та їх права.

У четвертому розділі «Діяльність органів влади у сфері захисту прав споживачів» встановлюються повноваження спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав та інтересів споживачів і його територіальних органів; повноваження інших органів виконавчої влади щодо захисту прав споживачів; повноваження органів місцевого самоврядування щодо захисту прав споживачів; обов'язки і відповідальність службових осіб органів виконавчої влади, які здійснюють захист прав споживачів; регламентується розгляд скарг на рішення органів виконавчої влади, що здійснюють захист прав споживачів, їх службових осіб, а також на дії таких осіб; відносини органів виконавчої влади, що здійснюють захист прав споживачів, з правоохоронними органами, а також встановлюється правовий захист службових осіб спеціально уповноваженого центрального органу у сфері захисту прав споживачів та його територіальних органів.

П'ятий розділ «Прикінцеві положення» регламентує порядок набрання чинності Законом.

Також, це і інші закони, наприклад, Закон України «Про рекламу», «Про дитяче харчування», «Про молоко та молочні продукти», «Про питну воду та питне водопостачання», «Про вилучення з обігу, переробку, утилізацію, знищення або подальше використання неякісної та небезпечної продукції», «Про туризм», «Про зв'язок», «Про споживче кредитування» та інші.

Значна частина норм, що деталізує законодавчі положення і регламентує відносини за участю споживачів міститься у підзаконних нормативних актах – Указах Президента України, Постановах Кабінету Міністрів України, нормативних актах міністерств та відомств. Можна назвати, зокрема, Указ Президента від 12.01.2002 р. №16/2002 „Про заходи щодо посилення державного захисту прав споживачів”; „Правила побутового обслуговування населення”, затверджені постановою КМ України від 16.05.1994 р. №313; „Правила надання послуг пасажирського автомобільного транспорту”, затверджені постановою КМ України від 18.02. 1997 тощо.

Досить значну групу нормативно-правових актів складають акти, що стосуються особливостей здійснення торговельної діяльності. До такого роду актів відносяться Закон України «Про застосування електронних контрольно-касових апаратів і товарно-касових

книг при розрахунках із споживачами у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» , Положення про форму та зміст розрахункових документів, затверджене наказом Державної податкової адміністрації України від 1 грудня 2000 р. , Порядок здійснення торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування населення, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 15 червня 2006 р. , Порядок обліку бракованих товарів, повернутих покупцями, у разі здійснення гарантійних замін товарів, а також обліку покупців, що отримали таку заміну або послуги з ремонту (обслуговування), затверджений наказом Державної податкової адміністрації України від 27 червня 1997 р. , Інструкція про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібно торгівлі та закладах ресторанного господарства, затверджена наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 4 січня 1997 р., Інструкція про порядок оформлення суб'єктами господарювання операцій при здійсненні комісійної торгівлі непродовольчими товарами, затверджена наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 8 липня 1997 р. , Правила комісійної торгівлі ювелірними виробами з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення та напівдорогоцінного каміння, Правила роздрібно торгівлі примірниками аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних, Правила торгівлі транспортними засобами і номерними агрегатами, Правила роздрібно торгівлі нафтопродуктами, Правила торгівлі у розстрочку, Правила роздрібно торгівлі продовольчих товарів, Правила роздрібно торгівлі картоплею та плодоовочевою продукцією, Правила роздрібно торгівлі алкогольними напоями, Правила роздрібно торгівлі тютюновими виробами, Правила торгівлі лікарськими засобами в аптечних закладах.

Запитання для самоконтролю

1. Визначте, які історичні умови сприяли зародженню руху захисту прав споживачів в Україні та світі?
2. Охарактеризуйте історичні етапи зародження руху захисту прав споживачів у світі та в Україні.
3. Що характерно для руху захисту прав споживачів у світі та в Україні на сучасному етапі?
4. Яке значення мав «Біль про права споживачів» для розвитку руху захисту прав споживачів?
5. Яка роль міжнародних конsumerських організацій споживачів в питаннях захисту прав споживачів?
6. Якою була роль ООН в питаннях забезпечення прав споживачів?
7. Коли була прийнята Резолюція Генеральної Асамблеї ООН «Керівні принципи для захисту інтересів споживачів» та яке було їх значення для захисту прав споживачів?
8. Охарактеризуйте розділи Резолюція Генеральної Асамблеї ООН «Керівні принципи для захисту інтересів споживачів».
9. Чим відрізнялися права споживачів проголошені в Білі про права споживачів та в Керівних принципах для захисту інтересів споживачів?
10. Що являє собою захист прав споживачів?
11. Назвіть та охарактеризуйте джерела захисту прав споживачів.
12. Охарактеризуйте норми Конституції України, які регламентують права споживачів.
13. Розкрийте структурно-змістовну характеристику Закону України «Про захист прав споживачів».
14. Охарактеризуйте підзаконні нормативно-правові акти, які регламентують права споживачів.

Рекомендована література:

Нормативно-правові акти

1. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР (у редакції від 30.09.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
2. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1024- XII (у редакції відвід 10.06.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
3. Цивільний кодекс України від 16.03.2003 р. (у редакції від 19.07.2017 р.). // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
4. Керівні принципи для захисту інтересів споживачів: Резолюція № 39/248 Генеральної Асамблеї ООН прийнята 09.04.1985 р. (поточна редакція) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_903
5. Угода про основні напрямки співробітництва у сфері захисту прав споживачів між Державною інспекцією України з питань захисту прав споживачів та Центром захисту прав споживачів Латвії від 14.03.2013 р. // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/428_053

Додаткова література

1. Дудла І.О. Захист прав споживачів: навч. пос. — К.: Центр учбової л-ри, 2007. — 448 с.
2. Зверева О.В. Захист прав споживачів. Навч. пос. — К.: Центр навч. Л-ри, 2007. — 192 с.
3. Крупник А. Консюмеризм на захисті прав споживачів // Громадянське суспільство. — 2009. — № 1 (8). — С. 12—16.
4. Мазаракі А.А. Захист прав споживачів: соціально-правовий аспект / А.А. Мазаракі, О.М. Язвінська, Л.В. Ніколаєва та ін. — К.: Вид-во КНТЕУ, 2002. — 311 с
5. Максименко К.О. та ін. Споживча політика в системі державного управління: навч. метод. пос. / За заг. ред. Максименко К.О., Овчарук О.В., Протасової Н.Г. — К.: Тютюкін, 2009. — 248 с.
6. Осетинська Г.А. Захист прав споживачів: проблеми розвитку законодавства України: моногр. — К.: Ін-т законодавчих передб. і правової експ., НДІ прив. права і підприємництва. — 2016. — 128 с.
7. Ромат Є.В. Теоретико-методологічні основи та основні напрями реалізації споживчої політики в системі державного управління // Споживча політика в системі державного управління: навч.метод. посіб. / За заг. ред. Максименко К.О., Овчарук О.В., Протасової Н.Г. — К.: Тютюкін, 2015. — 248 с.
8. Цивільне право України: Академічний курс: Підруч.: У двох томах/ За заг.ред. Я.М. Шевченко. – Т.1, 2.– К.: Концерн «Видавничий Дім «Ін Юре», 2003.
9. Цивільне право України. Особлива частина : підручник / за ред. О.В. Дзери, Н.С. Кузнецової, Р.А. Майданика. – 3-те вид., перероб. і допов. – К.: Юрінком Інтер. 2010. – 1178 с.
10. Цивільне право України: Підручник: У 2-х т. / Борисова В. І. (кер. авт. кол.), Баранова Л. М., Жилінкова І. В. та ін.; За заг. ред. В. І. Борисової, І. В. Спасибо-Фатєєвої, В. Л. Яроцького. – К.: Юрінком Інтер, 2004. – Т. 1. – 480 с.
11. Цивільне право. Практикум: Навчальний посібник. / Відп. ред. Р.А. Майданик, Н.С. Кузнецова, О.В. Дзера. – К.: Всеукраїнська асоціація видавців “Правовая єдність”, 2008. – 624 с.
12. Черняк О. Ю. Право споживача на захист в контексті адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу / О. Ю. Черняк // Університетські наукові записки. — 2014. — № 4 (32). — С. 70–75.
13. Черняк О. Ю. Питання адаптації законодавства України про захист прав споживачів до законодавства Європейського Союзу / О. Ю. Черняк // Механізми забезпечення майнових прав та інтересів в Україні та Європейському Союзі в контексті

концепції сталого розвитку: [монограф.] / за заг. ред. О. Д. Крупчана. — К.: Науково-дослідний інститут приватного права і підприємництва АПрН України, 2016. — С. 20–39.

14. Черняк О. Ю. Правове регулювання захисту прав споживачів як наднаціонального інституту цивільного права Європи / О. Ю. Черняк // Проблеми систематизації приватного права України та Європи: [монограф.] / за ред. Ю. В. Білоусова. — К.: Науково-дослідний інститут приватного права і підприємництва АПрН України, 2017. — С. 169–185.

15. Язвінська О.М. Історія консюмеризму: навч. пос. для студ. вищ. навч. закл. — Вид. друге доп. і перероб. — К.: КНТЕУ, 2003. — 364 с.

16. Язвінська О. М. Історія консюмеризму в США / О. М. Язвінська // Гуманітарні науки і сучасність – К., 2002.

17. Яроцький В. Л. Характеристика основних стадій механізму цивільно правового регулювання // Право України. 2016. № 12. С. 18–24.

ЛЕКЦІЯ №2

ПОНЯТТЯ ТА ВИДИ ОСНОВНИХ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

Мета: ознайомити студентів із правами споживачів в Україні.

План.

- 2.1. Поняття споживача як учасника споживчих правовідносин.
- 2.2. Види основних прав споживачів.
- 2.3. Поняття та види обов'язків споживачів.

2.1. Поняття споживача як учасника споживчих правовідносин.

Питання поняття споживача як учасника споживчих правовідносин знайшли своє відображення у працях таких відомих вчених цивілістів, як Д. В. Боброва, Т. В. Боднар, Г.М.Грабовської, О. В. Дзера, А. С. Довгерт, О. О. Красавчиков, Н. С. Кузнецова, В. В. Луць, Г.А.Осетинська, О. А. Пушкін, О. А. Підпригора, Я. М. Шевченко, О.Ю.Черняк та ін

Однак, не дивлячись на численні наукові дослідження в юридичній науці досі немає єдиного спільного визначення терміну «споживач». Як справедливо зазначає Грабовська Г.М. розходження у трактуванні цього терміну стосуються не дії (споживає, замовляє, придбаває, використовує – тут суперечностей немає), а саме особи споживача і цілей, на які спрямована його дія.

Великий тлумачний словник сучасної української мови визначає споживача як «особу або організацію, що використовує, споживає якусь продукцію», а споживання – як «використання чогось для задоволення потреб, витрачання».

Черняк О.Ю. під споживачем пропонує розуміти особу, яка з метою задоволення особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника, придбаває, замовляє, користується продукцією (товарами, роботами, послугами).

Осетинська Г.А. наголошує, що споживачем має вважатися фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати або замовити товари (роботи, послуги) для задоволення особистих, у тому числі сімейних, домашніх, культурно-побутових, фінансових та інших особистих потреб, не пов'язаних з підприємницькою діяльністю.

Письменна О.О. пропонує категорії „потенційний споживач” – особа, яка оглядає товар чи контактує з ним іншим чином і потерпає від його шкідливих властивостей; „похідний споживач” – особа до якої на правомірній підставі переходять права споживача.

Як бачимо з вище викладеного, науковці більше схильні називати споживача лише фізичною особою, яка придбаває товари для власного споживання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю..

Як слушно зазначає Черняк О.Ю. у законодавстві ряду держав Європейського Союзу поняття «споживач» використовується без уточнення будь-яких дефініцій, в інших державах це поняття введено в правову термінологію судовою практикою та/або правовою доктриною,

в деяких країнах поняття «споживач» набуває соціально-економічного або взагалі техніко-утилітарного змісту.

У рамках ЄС склалася окрема концепція захисту прав споживача, яка може діяти без посилання на право країн-учасників ЄС. Враховуючи сформовану судову практику, споживач розглядається з позиції захисту більш слабкої сторони договору. На основі аналізу норм первинного та вторинного законодавства ЄС у сфері захисту прав споживачів, нею зроблено висновок про те, що споживачем у праві ЄС визнається особа, що придбаває товар (послуги) для використання, але не з метою своєї комерційної чи професійної діяльності.

В країнах близького зарубіжжя споживачем визнається, як правило, фізична особа. Так, наприклад, відповідно до ст. 2 Закону Республіки Казахстан «Про захист прав споживачів» споживач – це громадянин, який купує товар і користується роботами та послугами з метою особистого споживання чи використання в приватному господарстві.

Відповідно до ст. 1 Закону Азербайджанської Республіки «Про захист прав споживачів» споживач – це особа, яка користується, придбаває, замовляє або має намір придбати чи замовити товари, роботи та послуги для задоволення особистих потреб.

У ст. 1 Закону Республіки Білорусь «Про захист прав споживачів» передбачено, що «споживач – фізична особа, яка має намір замовити чи придбати або замовляє, придбаває товар (роботу, послугу) чи використовує товар (результат роботи, послуги) виключно для особистих, сімейних, домашніх та інших потреб, непов'язаних із здійсненням підприємницької діяльності».

Відповідно до ст.1 Закону України «Про захист прав споживачів» споживач - фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника.

Отже, згідно з положеннями ст. 1 Закону України «Про захист прав споживачів», споживачем є:

по-перше, тільки фізична особа, на юридичну особу дія закону не поширюється;

по-друге, фізична особа, яка придбаває або має намір придбати товар, тобто в розумінні Закону споживачем є особа яка тільки увійшла до приміщення магазину з наміром придбати товар;

по-третє, фізична особа, яка хоче придбати товар для особистого домашнього споживання, тобто фізична особа, яка є приватним підприємцем та хоче придбати товар для здійснення підприємницької діяльності, не є споживачем.

Однак, деякі нормативні акти передбачають можливість поширення норм споживчого законодавства і на юридичних осіб у випадках, коли вони використовують придбані товари (роботи, послуги) не з метою наступного їх продажу чи іншого підприємницького використання, а, зокрема, для забезпечення свого функціонування. Так, окремі нормативно-правові акти визнають споживачами фізичних чи юридичних осіб стосовно їх інституційної приналежності: – особу, яка отримує або має намір отримати житлово-комунальну послугу (Закон України «Про житлово-комунальні послуги»); – особу, як потребує, замовляє та/або отримує телекомунікаційні послуги для власних потреб (Закон України «Про телекомунікації»); – особу, яка здійснює діяльність з придбання та використання товарів, послуг, робіт на відповідному товарному (товарних) ринку (ринках) (Розпорядження Антимонопольного комітету України «Про затвердження Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку»); – приватних осіб, підприємства, установи, організації – споживачів видавничої продукції (Закон України «Про видавничу справу»); – юридичну або фізичну особу, якій надаються послуги з перевезення пасажирів та вантажів залізничним транспортом (Технічний регламент надання послуг з перевезення пасажирів та вантажів залізничним транспортом, затверджений постановою КМУ від 01.03.2010 р. № 193); – підприємства, установи, організації усіх форм власності, а також окремих громадян, що мають житлові будинки або їх частину на праві приватної власності, які перебувають з Постачальником у договірних відносинах (Правила користування системами водопроводу та каналізації на залізничному транспорті України (п.

1.10), затверджений наказом Міністерства транспорту України № 393 від 02.08.1999 р.); – споживачів реклами – невизначене коло осіб, на яких спрямовується реклама (Закон України «Про рекламу»).

Отже, законодавчий термін „споживач” використовується у широкому та вузькому розумінні. У широкому розумінні споживач – це юридична або фізична особа, фізична особа – суб’єкт підприємницької діяльності, що придбаває товари, роботи (послуги) для особистих потреб, а у вузькому – це лише фізична особа (громадянин України, іноземець, особа без громадянства).

На нашу думку, недоліком чинного законодавства є те, що поняття «споживач» не визначено у таких нормативно-правових актах, як Цивільний кодекс України та Господарський кодекс України, хоча цей термін у зазначених законодавчих актах вживається. Зокрема, у Цивільному кодексі України поняття «споживач» використовується у ст. ст. 489, 502, 627, 633, 681-1, 698, 714, 865. У статтях Господарського кодексу України також використовується даний термін. Зокрема, це статті 9, 10, 14, 18, 20, 25, 29-31, 34, 39, 44, 76, 128, 178-180, 246, 267, 269, 275, 277, 407.

У юридичній літературі неодноразово наголошувалося на розширенні поняття „споживач”. Так, Є. Корнілов вважає за доцільне внесення змін у поняття „споживач”, включивши до нього, крім фізичних, ще юридичних осіб, обмеживши межі застосування норм Закону до останніх сферою особистого споживання.

На думку Е. М. Грамацького, переваги Закону України “Про захист прав споживачів” полягають у наданні споживачам додаткового кола суб’єктних прав, недоступних іншим учасникам цивільних відносин, яких Закон споживачами не визнає. Включення юридичних осіб до складу споживачів до Закону “Про захист прав споживачів” у майбутньому не виключено, що підтверджується прикладами багатьох зарубіжних країн.

Ми поділяємо думку науковців щодо поширення на відносини за участю юридичних осіб та фізичних осіб – суб’єктів підприємницької діяльності механізмів захисту прав споживачів-фізичних осіб і надання їм додаткових гарантій, передбачених в законодавстві про захист прав споживачів. Тому, пропонуємо таке визначення: споживач – це фізична особа, юридична особа незалежно від форми власності, фізична особа – суб’єкт підприємницької діяльності, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов’язаних із підприємницькою та професійною діяльністю.

У даному визначенні ми обмежилися критерієм особистого споживання і вважаємо недоцільним визначати суб’єктів господарювання – юридичних та фізичних осіб – підприємців споживачами незалежно від мети споживання придбаних ними товарів. Вважаємо, що споживач – це не професіонал на ринку товарів, робіт, послуг. Це суб’єкт, який не має інформації про товар, досить часно не знає своїх прав. Тому для нього потрібно створити специфічні додаткові гарантії захисту його прав. Щодо суб’єктів господарювання, які придбавають товари не для особистого споживання, то вони є у рівних умовах із продавцем товару, на відміну від звичайного споживача. Вони повинні знати про продукцію усе тому, що укладають договір про придбання товару у комерційних цілях з метою отримання прибутку, а отже – не потребують додаткового захисту своїх прав як споживач.

Крім терміну «споживач», в науковій літературі досить часто згадується термін «покупець» та «клієнт». Науковці ці поняття розмежовують і вважають їх відмінними один від одного. Так, Козирєв А. А. зазначає, що термін «покупець» передбачає наявність коштів чи інших ресурсів для здійснення акту купівлі, в той же час, термін «споживач» не має в собі такого навантаження. З таким визначенням терміну «покупець» ми не погоджуємося і підтримуємо думку Шинкаренка В.Г., Ананко І.М, «що це не є принципом розмежування термінів. Споживач також може характеризуватися наявністю або відсутністю коштів на придбання певних товарів чи послуг».

Соломон М. Р. також розмежує поняття «покупець» і «споживач», вказуючи на те, що вони можуть бути не однією й тією самою людиною. Тобто, покупець може просто купувати товар чи послуги для використання її споживачем, бути посередником.

Звичайно, що такі розмежування у поняттях є надуманими, а «споживач», «покупець» - це слова синоніми. Як і «споживач», так і «покупець» можуть купувати, дарувати, користуватися чи цікавитися товаром (послугою) для будь-яких особистих потреб і самостійно визначають цю потребу.

Підсумовуючи вище викладене, зазначимо, що законодавчий термін „споживач” використовується у нормативно-правових актах України у широкому та вузькому розумінні. У широкому розумінні споживач – це юридична або фізична особа, фізична особа – суб’єкт підприємницької діяльності, що придбаває товари, роботи (послуги) для особистих потреб, не пов’язаних з отриманням прибутку, а у вузькому – це лише фізична особа (громадянин України, іноземець, особа без громадянства).

2. Види основних прав споживачів.

Статтею 4 Закону передбачено, що споживачі під час придбання, замовлення або використання продукції, яка реалізується на території України, для задоволення своїх особистих потреб мають право на:

- 1) захист своїх прав державою;
- 2) належну якість продукції та обслуговування;
- 3) безпеку продукції;
- 4) необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця);
- 5) відшкодування шкоди (збитків), завданих дефектною чи фальсифікованою продукцією або продукцією неналежної якості, а також майнової та моральної (немайнової) шкоди, заподіяної небезпечною для життя і здоров’я людей продукцією у випадках, передбачених законодавством;

б) звернення до суду та інших уповноважених органів державної влади за захистом порушених прав;

- 7) об’єднання в громадські організації споживачів (об’єднання споживачів).

Серед науковців існує така класифікація прав споживачів:

а) за джерелом закріплення: права що закріплені у Цивільному кодексі України; права, що закріплені у Законі України ”Про захист прав споживачів”.

б) права споживача, що зобов’язують до вчинення певних дій продавцем: право на демонстрацію зразку товару; право на надання повної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про товар.

в) права, що гарантуються споживачеві з приводу товару: право на якість; право на асортимент; право на належну тару/упаковку; право на кількість; право на об’єктивно визначену ціну.

г) права, що впливають з гарантії придатності: право на гарантійне обслуговування; право на строк придатності; право на післягарантійне обслуговування; право на абонентське обслуговування; право на право споживача на ознайомлення з певними документами: підтвердження дозволу на зайняття певним видом діяльності; право на визначення джерела отримання товару; що підтверджують якість товару.

На думку науковців, крім основних прав, споживачі мають й інші права, що в юридичній літературі названі спеціальними

Якщо загальні права належать будь-якому споживачеві при виникненні правовідносин з товаровиробником (виконавцем, продавцем), то наявність спеціальних прав обумовлено специфікою відповідних відносин сторін.

Так, О.П. Письменна до таких спеціальних прав споживачів відносить: права споживача у разі придбання ним товару неналежної якості; права споживача при придбанні товару належної якості; права споживача у разі порушення умов договору про виконання робіт (надання послуг); права споживача у разі придбання ним продукції у кредит; права споживача у разі укладення договору поза торговельними або офісними приміщеннями; право споживача у разі укладення договору на відстані; права споживача у сфері торговельного та інших видів обслуговування.

І.О. Дудла пропонує таку систему прав споживачів, у яку входять:

а) права, що реалізуються у взаємовідносинах з державними органами: державний захист прав споживачів; об'єднання споживачів у громадські організації; звернення до суду та до інших уповноважених органів;

б) права, що реалізуються у відносинах з підприємствами торгівлі та сфери послуг: право на належну якість товарів (робіт, послуг); право на безпеку товарів (робіт, послуг); право на інформацію про товари (роботи, послуги); право на відшкодування шкоди, завданої товарами (роботами, послугами) неналежної якості.

Зупинимось на характеристиці загальних прав споживачів, які передбачені в ст.4 Закону України «Про захист прав споживачів»

Державний захист прав споживачів.

Держава забезпечує споживачам захист їх прав, надає можливість вільного вибору продукції, здобуття знань і кваліфікації, необхідних для прийняття самостійних рішень під час придбання та використання продукції відповідно до їх потреб, і гарантує придбання або одержання продукції іншими законними способами в обсязі, що забезпечує рівень споживання, достатній для підтримання здоров'я і життєдіяльності. Держава створює умови для здобуття споживачами потрібних знань з питань реалізації їх прав.

Захист прав споживачів здійснюють центральний орган виконавчої влади, що формує та забезпечує реалізацію державної політики у сфері захисту прав споживачів, центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, місцеві державні адміністрації, інші органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування згідно із законом, а також суди.

Захист прав споживачів у сфері безпечності та якості харчових продуктів, інформування про їх властивості, у тому числі маркування, здійснює центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері безпечності та якості харчових продуктів.

Центральним органом виконавчої влади, що формує та забезпечує реалізацію державної політики у сфері захисту прав споживачів є Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту прав споживачів. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту прав споживачів (Держпродспоживслужба) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра аграрної політики та продовольства та який реалізує державну політику у галузі ветеринарної медицини, сферах безпечності та окремих показників якості харчових продуктів, карантину та захисту рослин, ідентифікації та реєстрації тварин, санітарного законодавства, попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення, метрологічного нагляду, ринкового нагляду в межах сфери своєї відповідальності, насінництва та розсадництва (в частині сертифікації насіння і садивного матеріалу), реєстрації та обліку машин в агропромисловому комплексі, державного нагляду (контролю) у сфері агропромислового комплексу, державного нагляду (контролю) у сферах охорони прав на сорти рослин, насінництва та розсадництва, державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів і рекламу в цій сфері, за якістю зерна та продуктів його переробки, державного нагляду (контролю) за додержанням заходів біологічної і генетичної безпеки щодо сільськогосподарських рослин під час створення, дослідження та практичного використання генетично модифікованого організму у відкритих системах на підприємствах, в установах та організаціях агропромислового комплексу незалежно від їх підпорядкування і форми власності, здійснення радіаційного контролю за рівнем радіоактивного забруднення сільськогосподарської продукції і продуктів харчування.

Держпродспоживслужба у своїй діяльності керується Конституцією та законами України, указами Президента України та постановами Верховної Ради України, прийнятими відповідно до Конституції та законів України, актами Кабінету Міністрів України, іншими актами законодавства.

Основними завданнями Держпродспоживслужби є:

1) реалізація державної політики у галузі ветеринарної медицини, сферах безпеки та окремих показників якості харчових продуктів, карантину та захисту рослин, ідентифікації та реєстрації тварин, санітарного законодавства, попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення, метрологічного нагляду, ринкового нагляду в межах сфери своєї відповідальності, насінництва та розсадництва (в частині сертифікації насіння і садивного матеріалу), реєстрації та обліку машин в агропромисловому комплексі, державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів і реклами в цій сфері;

2) здійснення відповідно до закону державного ветеринарно-санітарного контролю, державного нагляду (контролю) за дотриманням санітарного законодавства, здоров'ям та благополуччям тварин, безпечністю та окремими показниками якості харчових продуктів, неїстівних продуктів тваринного походження, репродуктивним матеріалом, племінною справою у тваринництві, біологічними продуктами, патологічним матеріалом, ветеринарними препаратами, субстанціями, кормовими добавками, преміксами, кормами та іншими об'єктами санітарних заходів, застосуванням санітарних та ветеринарно-санітарних заходів, профілактичних і протиепідемічних заходів щодо охорони в межах компетенції території України від проникнення хвороб людей, тварин та рослин з території інших держав або карантинних зон, вимог законодавства у сфері насінництва та розсадництва, дотриманням законодавства про захист прав споживачів, за дотриманням законодавства про рекламу в частині захисту прав споживачів реклами, законодавства щодо зберігання, транспортування, торгівлі та застосування засобів захисту рослин, показників вмісту шкідливих для здоров'я людини речовин та інгредієнтів у тютюнових виробах, які реалізуються на території України, дотриманням вимог щодо формування, встановлення та застосування державних регульованих цін, здійснення державного нагляду (контролю) у сфері агропромислового комплексу, здійснення державного нагляду (контролю) у сфері охорони прав на сорти рослин, у сфері туризму та курортів, за якістю зерна та продуктів його переробки, за додержанням заходів біологічної і генетичної безпеки щодо сільськогосподарських рослин під час створення, дослідження та практичного використання генетично модифікованих організмів у відкритих системах на підприємствах, в установах та організаціях агропромислового комплексу незалежно від їх підпорядкування і форми власності, за рівнем радіоактивного забруднення сільськогосподарської продукції і продуктів харчування, за діяльністю суб'єктів господарювання, які здійснюють виробництво, перевезення, зберігання, реалізацію органічної продукції (сировини);

3) здійснення контролю за виконанням фітосанітарних заходів;

4) здійснення ринкового нагляду в межах сфери своєї відповідальності;

5) здійснення метрологічного нагляду;

6) здійснення в межах компетенції контролю за факторами середовища життєдіяльності людини, що мають шкідливий вплив на здоров'я населення.

Право споживачів на належну якість продукції та обслуговування

Право на належну якість товарів (робіт, послуг) є одним із основних прав споживачів. Продавець (виробник, виконавець) зобов'язаний передати споживачеві продукцію належної якості, а також надати інформацію про цю продукцію. Продавець (виробник, виконавець) на вимогу споживача зобов'язаний надати йому документи, які підтверджують належну якість продукції. Вимоги до продукції щодо її безпеки для життя, здоров'я і майна споживачів, а також навколишнього природного середовища встановлюються нормативно-правовими актами, в тому числі технічними регламентами. Забороняється введення в обіг фальсифікованої продукції.

Виробник (виконавець) зобов'язаний забезпечити використання продукції за призначенням протягом строку її служби, передбаченого нормативним документом або встановленого ним за домовленістю із споживачем, а в разі відсутності такого строку - протягом десяти років.

Виробник (виконавець) зобов'язаний забезпечити технічне обслуговування та гарантійний ремонт продукції, а також її випуск і поставку для підприємств, що здійснюють

технічне обслуговування та ремонт, у необхідному обсязі та асортименті запасних частин протягом усього строку її виробництва, а після зняття з виробництва - протягом строку служби, в разі відсутності такого строку - протягом десяти років.

Перелік груп технічно складних побутових товарів, що підлягають гарантійному ремонту (обслуговуванню) або гарантійній заміні, встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Реалізація інтересів споживачів у встановленні вимог до належної якості продукції забезпечується правом участі споживачів та їх об'єднань у розробленні нормативних документів згідно із законодавством.

Право споживачів на безпеку продукції

Споживач має право на те, щоб продукція за звичайних умов її використання, зберігання і транспортування була безпечною для його життя, здоров'я, навколишнього природного середовища, а також не завдавала шкоди його майну.

На товари (наслідки робіт), використання яких понад визначений строк є небезпечним для життя, здоров'я споживача, навколишнього природного середовища або може заподіяти шкоду майну споживача, встановлюється строк служби (строк придатності). Ці вимоги можуть поширюватись як на виріб у цілому, так і на окремі його частини.

Виробник (виконавець, продавець) повинен попереджати споживача про встановлений строк служби (строк придатності) товару (наслідків роботи) або його частини, обов'язкові умови його використання та можливі наслідки в разі їх невиконання, а також про необхідні дії після закінчення цього строку.

Якщо для безпечного використання продукції, її зберігання, транспортування та утилізації необхідно дотримуватися спеціальних правил, виробник (виконавець) зобов'язаний розробити такі правила та довести їх до продавця або споживача, а продавець - до споживача.

Продукція, щодо якої нормативно-правовими актами, в тому числі технічними регламентами, встановлені вимоги стосовно безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів і навколишнього природного середовища, повинна вводитися в обіг та реалізовуватися з дотриманням зазначених вимог.

Виробник (виконавець) зобов'язаний відшкодувати у повному обсязі завдані споживачам збитки, пов'язані з відкликанням продукції. Виробник (виконавець) зобов'язаний інформувати споживача про можливий ризик і про безпечне використання продукції за допомогою прийнятих загальноповідомих у міжнародній практиці позначень.

Право споживача на інформацію про продукцію

Споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору. Інформація повинна бути надана споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги). Інформація про продукцію не вважається рекламою.

Інформація споживачеві повинна надаватися згідно із законодавством про мови. Інформація доводиться до відома споживачів виробником (виконавцем, продавцем) у супровідній документації, що додається до продукції, на етикетці, а також у маркуванні чи іншим способом (у доступній наочній формі), прийнятим для окремих видів продукції або в окремих сферах обслуговування.

Інформація про продукцію може бути розміщена у місцях, де вона реалізується, а також за згодою споживача доводиться до нього за допомогою засобів дистанційного зв'язку. Продукти харчування, упаковані або розфасовані в Україні, повинні супроводжуватись інформацією про їх походження.

Продавець (виконавець), який реалізує продукцію, повинен обов'язково зазначити ціну кожної одиниці такої продукції або однієї категорії продукції та ціну однієї стандартної одиниці цієї продукції. Написи щодо ціни реалізації продукції мають бути чіткими і простими для розуміння. Ціна продукції повинна включати в себе всі податки та неподаткові обов'язкові платежі, які відповідно до законодавства сплачуються споживачем під час придбання відповідної продукції.

Право споживача на відшкодування збитків, завданих продукцією неналежної якості

Шкода, завдана внаслідок недоліків продукції (дефекту в продукції), відшкодовується відповідно до закону. Так, споживач, згідно із положеннями Закону України „Про захист прав споживачів”, має право на застосування такої міри відповідальності як відшкодування збитків у наступних випадках:

1) якщо виконавець своєчасно не приступає до виконання договору або виконує роботу так повільно, що закінчення її в обумовлений строк стає неможливим (п.1 ст. 10);

2) при невиконанні вимоги замовника щодо усунення недоліків послуги у певний строк, якщо при наданні послуги стане очевидним, що вона не зможе бути виконана у відповідності з умовами договору (п. 2 ст. 10);

3) у разі виявлення недоліків у виконаній роботі у разі усунення недоліків самостійно споживачем або із залученням третьої особи (п. 3 ст. 10);

4) при наявності у послугах істотного відхилення від умов договору або інших істотних недоліків (п. 4 ст. 10);

5) якщо надання недостовірної інформації суб'єктом господарської діяльності про послугу або виконавця спричинило: набуття споживачем продукції за відсутністю в неї необхідних споживачеві властивостей; неможливість використання придбаної продукції за призначенням, а необхідна інформація не була надана у відповідний (не більше 1 місяця) строк; нанесення збитків природним об'єктам, що знаходяться у власності споживача при нанесенні шкоди життю, здоров'ю або майну споживача (п. 7 ст. 15). В усіх перерахованих випадках споживач має право вимагати відшкодування збитків та розірвання договору.

Виготівник (продавець) може бути звільнений від відповідальності, якщо доведе, що недоліки товару виникли з вини споживача або шкода життю, здоров'ю, майну споживача завдана внаслідок умислу останнього чи непереборної сили.

Крім того, споживач має право на відшкодування моральної шкоди. Під моральною шкодою слід розуміти втрати немайнового характеру, яких споживач зазнав унаслідок моральних чи фізичних страждань або інших негативних явищ, що настали через незаконні винні дії продавця, виготівника або через їх бездіяльність.

Розмір відшкодування моральної шкоди оцінюється потерпілим, але остаточно встановлюється судом і визначення його не ставиться в залежність від наявності матеріальної шкоди, вартості товару, суми неустойки, а має ґрунтуватися на характері й обсязі моральних і фізичних страждань, заподіяних споживачеві у кожному конкретному випадку.

Потерпілий під час обґрунтування та визначення розміру відшкодування моральної шкоди має зважати на таке:

а) тривалість дії фактора, що завдав страждань (час, протягом якого завдавалася моральна шкода);

б) кількість осіб, що постраждала від моральної шкоди;

в) скільки часу (робочого, особистого) витрачено на збір документів, написання скарг, заяв, звернень до посадових осіб, юристів, суду;

г) виникнення хвороб; погіршення здоров'я (загострення колишньої хвороби), зафіксоване у медичних довідках, лікарняних листках, виписках з медичних карток; пенсійний вік, інвалідність.

Обов'язково треба довести, що такі страждання є наслідок протизаконних дій відповідача. Пред'явлення вимог про відшкодування моральної шкоди можливе окремо від вимог про застосування інших заходів захисту прав споживача.

Право споживачів на об'єднання в громадські організації споживачів (об'єднання споживачів)

З метою захисту своїх законних прав та інтересів споживачі мають право об'єднуватися у громадські організації споживачів (об'єднання споживачів). Об'єднання споживачів є громадськими організаціями, що провадять свою діяльність відповідно до Закону України "Про об'єднання громадян".

Об'єднання споживачів мають право:

- 1) вивчати споживчі властивості продукції, попит на неї, проводити опитування населення для виявлення громадської думки про якість товарів, що випускаються і реалізуються, та ціни на них;
 - 2) проводити самостійно або звертатися до уповноважених державних органів щодо проведення експертизи та випробування продукції;
 - 3) одержувати від органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування інформацію, необхідну для реалізації своїх цілей і завдань;
 - 4) сприяти відповідним державним органам у здійсненні контролю за якістю продукції та обслуговування;
 - 5) надавати юридичну і консультаційну допомогу споживачам згідно із законодавством;
 - 6) вносити пропозиції щодо розроблення нормативних документів, які встановлюють вимоги до якості продукції;
 - 7) представляти і захищати інтереси споживачів в органах виконавчої влади та органах місцевого самоврядування згідно із законодавством;
 - 8) вносити органам виконавчої влади і суб'єктам господарювання пропозиції про заходи щодо підвищення якості продукції, про тимчасове зупинення випуску та реалізації продукції, яка не відповідає встановленим вимогам щодо якості, про припинення виробництва, вилучення з реалізації продукції, що становлять небезпеку для життя, здоров'я та майна громадян або завдають шкоди навколишньому природному середовищу, фальсифіковану та дефектну продукцію, а також про коригування цін, встановлених з порушенням законодавства;
 - 9) звертатися з позовом до суду про визнання дій продавця, виробника (підприємства, що виконує їх функції), виконавця протиправними щодо невизначеного кола споживачів і припинення цих дій.
- При задоволенні такого позову суд зобов'язує порушника довести рішення суду у встановлений ним строк через засоби масової інформації або іншим способом до відома споживачів.
- Рішення суду, що набрало законної сили, про визнання дій продавця, виробника (підприємства, що виконує їх функції), виконавця протиправними щодо невизначеного кола споживачів є обов'язковим для суду, що розглядає позов споживача щодо цивільно-правових наслідків їх дій з питань, чи мали місце ці дії і чи були здійснені вони цими особами;
- 10) відповідно до законодавства захищати у суді права споживачів, які не є членами громадських організацій споживачів (об'єднань споживачів);
 - 11) звертатися до правоохоронних органів та органів виконавчої влади про притягнення до відповідальності осіб, винних у випуску та реалізації продукції неналежної якості;
 - 12) інформувати громадськість про права споживачів;
 - 13) сприяти розвитку міжнародного співробітництва у сфері захисту прав та інтересів споживачів.

3. Поняття та види обов'язків споживачів.

Для демократичного суспільства характерне поєднання реальних прав і свобод осіб з їх обов'язками і відповідальністю перед суспільством. Конституція України, законодавство у сфері захисту прав споживачів відповідно до норм і стандартів Європейського Союзу регулюють відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та продавцями (виробниками, виконавцями) різних форм власності, встановлюють права споживачів, а також визначають механізми їх захисту та основи реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів. Юридичні обов'язки в системі механізму цивільно-правового регулювання займають вирішальне значення. Власне, за допомогою їх виконання створюється атмосфера поваги до вимог закону, прав та інтересів фізичної та юридичної особи. В умовах докорінної перебудови економіки виконання цивільно-правових обов'язків – це ті договірні відносини,

які необхідні не лише для економіки, а й для суспільства в цілому. Виконання цивільно-правових обов'язків завжди виявляє результат правової активності, правосвідомості носія обов'язку. Тому одним із основних елементів спеціального цивільно-правового статусу споживачів є їх обов'язки.

Обов'язок – те, чого треба беззастережно дотримуватись, що слід безвідмовно виконувати відповідно до вимог суспільства або виходячи з власного сумління. За своїм змістом обов'язок є прямо протилежним суб'єктивному праву, оскільки суб'єктивне право покликане задовольнити інтерес його носія – уповноваженої особи, а обов'язок, навпаки, так чи інакше, обтяжує свого носія – зобов'язаної особи. Здійснення суб'єктивного права гарантується державою, тобто держава сприяє уповноваженій особі, а стосовно зобов'язаної особи держава за наявності необхідних основ може застосувати заходи примусу. Загальні цивільно-правові обов'язки встановлюються законом і є елементом правового статусу суб'єкта цивільного права. Індивідуальні цивільно-правові обов'язки опосередковані вольовою поведінкою учасників цивільних правовідносин і є елементом їх правового статусу.

Закон України «Про захист прав споживачів» вперше виокремив разом із правами споживачів і загальний перелік їх обов'язків (п. 3 ст. 4). Така необхідність, на нашу думку, зумовлена прагненням зменшити кількість зловживань своїми правами з боку споживачів.

У п. 3 ст. 4 Закону України «Про захист прав споживачів» зазначено, що споживач зобов'язаний:

1) перед початком експлуатації товару уважно ознайомитися з правилами експлуатації, викладеними в наданій виробником (продавцем, виконавцем) документації на товар;

2) в разі необхідності роз'яснення умов та правил використання товару - до початку використання товару звернутися за роз'ясненнями до продавця (виробника, виконавця) або до іншої вказаної в експлуатаційній документації особи, що виконує їх функції;

3) користуватися товаром згідно з його цільовим призначенням та дотримуватися умов (вимог, норм, правил), встановлених виробником товару (виконавцем) в експлуатаційній документації;

4) з метою запобігання негативним для споживача наслідкам використання товару - застосовувати передбачені виробником в товарі засоби безпеки з дотриманням передбачених експлуатаційною документацією спеціальних правил, а в разі відсутності таких правил в документації - дотримуватися звичайних розумних заходів безпеки, встановлених для товарів такого роду.

О. В. Зверєва вважає, що закріплення у Законі України «Про захист прав споживачів» обов'язків споживача обмежує пріоритет інтересів споживача як головної ознаки споживчого законодавства. В обґрунтування своєї позиції щодо негативних наслідків закріплення обов'язків споживача О. В. Зверєва зазначає, що особливість Директиви ЄС 93/13/ЄЕС щодо несправедливих умов споживчих договорів полягає у тому, що в розвиток та на підставі положень п. 3 ст. 3 Директиви 93/13/ЄЕС розроблено додаток, який включає список договірних умов, визнаних несправедливими. Цей перелік прийнято називати «чорним списком», він включає роз'яснення щодо їх застосування, а також носить індикативний, необмежувальний характер.

Як правильно зазначає Л. А. Іваненко, споживач має й інші обов'язки, що зумовлені характером укладеного договору і передбачені в законодавстві, наприклад:

1) обов'язок повернути товар (результат роботи, послуги, якщо це можливо за їх характером) продавцеві (виконавцеві) при розірванні договору внаслідок порушення права споживача на інформацію;

2) відшкодувати витрати на проведення експертизи товару, а також пов'язані з її проведенням витрати на збереження і транспортування товару, якщо результати експертизи виявилися не на користь споживача;

3) довести, що недоліки товару (результату роботи, послуги) виникли до передачі його споживачеві (прийняття споживачем) або з причин, що виникли до цього моменту;

4) доплатити різницю у цінах при заміні товару неналежної якості на такий же товар іншої марки, моделі, артикулу;

5) повернути виконавцеві річ з недоліками при пред'явленні споживачем вимоги про безоплатне виготовлення іншої речі з однорідного матеріалу такої ж якості або повторному виконанні роботи;

б) оплатити частину виконаної роботи (зробленої послуги) при розірванні договору про виконання роботи (надання послуги) споживачем;

7) оплатити матеріал виконавця;

8) оплатити виконану роботу, надану послугу або отриманий товар.

На думку Черняк О.Ю., доцільно визначити таку класифікацію обов'язків споживача:

а) універсальні обов'язки споживача: підтвердження наявності договірних відносин із виробником (продавцем), виконавцем; ознайомлення із правилами експлуатації продукції до початку її використання; використання товару за цільовим призначенням і дотримання правил, установлених в експлуатаційній документації; застосування визначених виробником засобів безпеки, передбачених для продукції такого роду; б) спеціальні обов'язки: обов'язки споживача під час купівлі товарів; обов'язки споживача під час виконання робіт, надання послуг.

Підсумовуючи вищевикладене, слід зазначити, що класифікація обов'язків споживача як елемента спеціального правового статусу споживача дозволить приділити більше уваги дослідженню питань, пов'язаних із запровадженням у законодавство такого поняття, як «обов'язок споживача», визначити певні пропозиції щодо адаптації цивільного законодавства України до законодавства Європейського Союзу в сфері захисту прав споживачів.

Класифікація обов'язків споживача як елемента спеціального правового статусу споживача дозволить приділити більше уваги дослідженню питань, пов'язаних із запровадженням у законодавство такого поняття, як «обов'язок споживача» та сформулювати певні пропозиції щодо адаптації цивільного законодавства України до законодавства Європейського Союзу в сфері захисту прав споживачів. Також, на нашу думку, потребують більш глибокого та детального правового регулювання обов'язки споживача, зважаючи на збільшення кількості зловживань у цій сфері як з боку виробника, продавця та виконавця, а також і самого споживача.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняття «споживач» відповідно до чинного законодавства.
2. Які наукові погляди Вам відомі щодо визначення поняття «споживач»?
3. Розкрийте зміст поняття «права споживачів».
4. Назвіть права споживачів, які передбачені Законом України «Про захист прав споживачів».
5. Якими ще нормативно-правовими актами, крім Закону України «Про захист прав споживачів», передбачено права споживачів?
6. Який спеціально уповноважений орган виконавчої влади здійснює державний захист прав споживачів? Назвіть його повноваження.
7. Що таке «належна якість продукції»?
8. В чому полягають права споживачів на належну якість продукції та обслуговування?
9. Що таке гарантійні зобов'язання виробника (виконавця) та які їх особливості?
10. Що являє собою право споживачів на безпеку продукції?
11. Поясніть, що таке строк служби та строк придатності продукції, і чим відрізняються ці поняття?
12. Які обов'язки виникають у виробника у зв'язку із відкликанням продукції?
13. Чому право споживача на інформацію про продукцію є одним із основних його прав?
14. Чи може надаватися інформація про продукцію виробником іноземною мовою?

15. Які особливості обґрунтування та принципи відшкодування шкоди за порушення прав споживачів.

16. Як реалізуються права споживачів на звернення до суду та інших уповноважених органів державної влади за захистом порушених прав?

17. Які ви знаєте громадські організації (об'єднання) захисту прав споживачів в Україні?

18. Проаналізуйте переваги та недоліки діяльності громадських об'єднань порівняно з державними установами.

19. Назвіть та проаналізуйте, якими є обов'язки споживачів?

Рекомендована література:

Нормативно-правові акти

1. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР (у редакції від 30.09.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>

2. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1024- XII (у редакції відвід 10.06.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>

3. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ (у редакції від 01.01.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>

4. Цивільний кодекс України від 16.03.2003 р. (у редакції від 19.07.2017 р.). // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

5. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV (у редакції від 08.12.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

6. Аналіз судової практики з розгляду цивільних справ про захист прав споживачів (2009–2012 рр.) // Верховний Суд України. URL: [http://www.scourt.gov.ua/clients/vsu/vsu.nsf/\(documents\)/69ADBC2062A1CE23C2257B7C004ABE02](http://www.scourt.gov.ua/clients/vsu/vsu.nsf/(documents)/69ADBC2062A1CE23C2257B7C004ABE02)

7. Угода про основні напрямки співробітництва у сфері захисту прав споживачів між Державною інспекцією України з питань захисту прав споживачів та Центром захисту прав споживачів Латвії від 14.03.2013 р. // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/428_053

8. Щодо несправедливих умов споживчих договорів: Директива Ради 93/13/ЄЕС від 05.04.1993 р. // Міністерство юстиції URL: <http://old.minjust.gov.ua/45878>

Додаткова література

1. Вавженчук С. Я. Договір купівлі-продажу: класична доктрина та проблеми українського цивільного права // Юридичний вісник. 2010. № 4. С. 73–76.

2. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : Перун, 2005. – 1728 с.

3. Дзюбенко О. Л. Загальна характеристика договору роздрібної купівлі-продажу товарів та його різновидів // Форум права. 2013. № 1. С. 256–261.

4. Договір купівлі-продажу / Л. М. Горбунова, С. В. Богачов, І. Ф. Іванчук, Ю. В. Трало та ін.; М-во юстиції України. Київ: Поліграф-Експрес, 2006. 61 с.

5. Дудла І.О. Захист прав споживачів: навчальний посібник / І.О.Дудла.-К.: Центр учбової літератури, 2007.- 448с.

6. Єгоричева О. Ю. Цивільно-правова відповідальність за продаж споживачам товарів неналежної якості: автореф. дис. ... юрид. наук: 12.00.03 / Нац. акад. прав. наук України, НДІ приват. права і підприємництва ім. Ф. Г. Бурчака. Київ, 2014. 20 с.

7. Заверуха С. В. Цивільно-правова відповідальність за договором купівлі-продажу: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Нац. акад. правових наук України, НДІ приват. права і підприємництва ім. акад. Ф. Г. Бурчака. Київ, 2015. 217 с

8. Зверева О. В. Деякі аспекти судового захисту прав необмеженого кола споживачів [Електронний ресурс] / О. В. Зверева // Часопис Академії адвокатури України. – 2008. – № 1. – URL : <http://www.aau.edu.ua/up/docs/conf141207/zvereva.pdf>.
9. Іваненко Л. Реалізація права споживачів на придбання товару належної якості / Л. Іваненко, О. Язвінська // Право України. – 2003. – № 8. – С. 73 – 77.
10. Лащак В.В. Система захисту прав споживачів у провідних країнах світу Система захисту прав споживачів у провідних країнах світу / В. В. Лащак, Т. В. Лащак // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : збірник наукових праць / ред. кол. : І. Д. Пасічник, О. І. Дем'янчук. – Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – Випуск 25. – С. 15–18.
11. Мазаракі А.А., Язвінська О.М., Ніколаєва Л.В., Притульська Н.В., Іваненко Л.М. Захист прав споживачів: соціально-правовий аспект / Київський національний торговельно-економічний ун-т / Л.В. Ніколаєва (заг ред.). – К.:КНТЕУ, 2002. – 311 с.
12. Менів Л.Д. Соціально-правова характеристика споживача та його прав / Соціологія права: науково-практичний журнал.- 2016.- №3-4.- с.73-79
13. Осетинська Г.А. Цивільно-правовий захист прав споживачів за законодавством України: Автореф. дис... канд. юрид. наук: 12.00.03. -К., 2006. -20 с.
14. Паєнок А. О. «Споживач» і «покупець» у договорі роздрібної купівлі-продажу товарів // Вплив юридичної науки на розвиток міжнародного та національного законодавства: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 20–21 лют. 2015 р.). Харків: Асоціація аспірантів-юристів, 2017. С. 67–69.
15. Паєнок А. О. До питання про гарантійні строки у договорі роздрібної купівлі-продажу товарів // Рівень ефективності та необхідність впливу юридичної науки на нормотворчу діяльність та юридичну практику: матеріали міжнар. наук.- практи. конф. (м. Харків, 3–4 лют. 2017 р.). Харків: Східноукр. юрид. організація, 2017. С. 33–35.
16. Паєнок А. О. Особливості й недоліки правового регулювання договору роздрібної купівлі-продажу товарів // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Юридичні науки». Херсон, 2015. Вип. 1. Т. 1. С. 189–192.
17. Письменна О.П. Правовідносини, що виникають у зв'язку з порушенням прав споживачів внаслідок недоліків товарів, робіт (послуг): Автореф. дис... канд. юрид. наук: 12.00.03. -К., 2006. -21 с.
18. Плахтій Ю. Нормативно-правове забезпечення у сфері захисту прав споживачів / Ю.Плахтій, Р.Байцар // Вимірювальна техніка та технологія.- 2013.- №74.- С.84-88.
19. Поліщук О. Ю. Цивільно-правовий статус споживача за законодавством країн-учасниць СНД: порівняльно-правовий аспект / О. Ю. Поліщук // Порівняльно-правові дослідження. — 2013. — № 1–2. — С. 285–289.
20. Поліщук О. Ю. Проблеми визначення поняття споживача (порівняльно-правовий аспект) / О. Ю. Поліщук // Приватне право і підприємництво . Вип. 7, 2016 р. / редкол. : Крупчан О. Д. (гол. ред.) та ін. — К. : Науково-дослідний інститут приватного права і підприємництва Академії правових наук України, 2016. — С. 210–216.
21. Полуніна О. О. Договір роздрібної купівлі-продажу товарів за цивільним законодавством України: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.0 / Нац. ун-т «Одеська юридична академія». Одеса, 2016. 20 с.
22. Утехін І. Складові виконання договору купівлі-продажу // Юридична Україна. Київ, 2015. № 1. С. 52–55.
23. Філатова Н. Ю. Регулювання особливостей укладення електронних договорів: порівняльно-правовий аналіз // Проблеми законності: зб. наук. праць. Харків, 2017. С. 63–77.
24. Черняк О. Ю. Деякі аспекти законодавчого регулювання права споживачів на належну якість продукції / О. Ю. Черняк // Римське право і сучасність : V Міжнародна науково-методична конференція (тези доповідей) / за заг. ред. Є. О. Харитонова. — Одеса : Фенікс, 2008. — С. 131–133.
25. Черняк О. Ю. Правове регулювання обов'язку споживача підтвердити наявність договірних відносин із виробником (продавцем), виконавцем / О. Ю. Черняк // Актуальні

проблеми юридичної науки : Зб. тез міжнародної наукової конференції «Дев'ять осінніх юридичних читань» (м. Хмельницький, 12–13 листопада 2010 року) : [у 4-х част.]. — Хмельницький : Вид-во ХУУП, 2010. — Частина третя. — С. 284–286.

26. Черняк О. Ю. Право споживача на захист в контексті адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу / О. Ю. Черняк // Університетські наукові записки. — 2014. — № 4 (32). — С. 70–75.

ЛЕКЦІЯ №3

ТЕМА: 3 ПРАВА СПОЖИВАЧІВ НА НАЛЕЖНУ ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ

Мета: ознайомити студентів із правом споживачів на належну якість продукції.

План.

1. Право споживача на придбання продукції належної якості як одне з основних прав споживачів.
2. Право споживача на обмін (повернення) продукції належної якості. Перелік товарів, які не підлягають обміну (поверненню).
3. Права споживача у разі придбання ним товару неналежної якості.

1. Право споживача на придбання продукції належної якості як одне з основних прав споживачів.

Право споживача на придбання товарів належної якості є одним з основних його конституційних прав. Визначити зміст поняття "право споживача на належну якість продукції" неможливо без розкриття змісту поняття "якість продукції".

Поняття «якість» товару, роботи (послуги) є широким і багатомірним. У науковій літературі наведено різні терміни, які позначають якість, зокрема: ефективність, соціальна ефективність, корисний ефект, оптимальність, оптимальна якість, споживча якість, рівень якості, суспільна корисність, функціональність, придатність, утилітарність, міцність.

Різні аспекти продукції найбільш комплексно досліджено у працях Ю.В. Білоусова, М.Г. Гуревича, Л.М. Іваненко, Т.О. Кагал, О.П. Письменної, О.Ю. Черняк, О.М. Язвінської, В.Ф. Яковлевої та інших.

У юридичному словнику зазначено, що якість продукції – це сукупність корисних властивостей і характеристик продукції або послуги, якими визначається їх здатність задовольнити встановлені або передбачувані потреби споживача щодо конкретних цілей їх використання чи споживання. Вона характеризується показниками безпеки, новизни, довговічності, надійності, економічності та іншими споживчими властивостями товару чи послуги, які дають змогу задовольнити обумовлені або передбачувані потреби в системі виробничих чи соціально-економічних відносин. Вимоги до якості продукції формуються розробниками і виготувачами продукції, а також уповноваженими державними органами й установами.

Л.М. Іваненко зазначає, що якість продукції можна визначити як відповідність фактичних споживчих і виробничих властивостей (щодо безпечності, новизни, довговічності, надійності, економічності, естетичності, екологічності тощо) даної продукції для задоволення потреб споживача передбаченим у законі чи в договорі кількісним та якісним показником такої продукції.

Разом з тим Т.Л. Левшина пропонує розглядати категорію якості в економічному та правовому аспектах. В економічному сенсі якість – це сукупність споживчих властивостей товару (роботи, послуги), які дають змогу використовувати його за призначенням. Правовий аспект поняття якості товару (роботи, послуги) полягає в тому, що вимоги стосовно якості товару (роботи, послуги) підлягають обов'язковому виконанню згідно із законом.

В.Ф. Яковлева вважає, що якість продукції є відповідністю її внутрішніх властивостей і зовнішнього вигляду вимогам зазначеного у договорі державного стандарту, технічних умов або ж більш високим порівняно з ними якісним показникам, якщо це встановлено угодою сторін.

На думку представників юридичної науки, найважливішим критерієм якості продукції є її корисність, що виявляється у ступені придатності, а її здатність задовольняти відповідні потреби людини зумовлюється її властивостями, зокрема надійністю, довговічністю, ефективністю, які відповідають нормативним вимогам, плановим приписам і договорам.

Відповідно до ст.1 Закону України «Про захист прав споживачів» належна якість товару, роботи або послуги - властивість продукції, яка відповідає вимогам, встановленим для цієї категорії продукції у нормативно-правових актах і нормативних документах, та умовам договору із споживачем.

Тобто, вимоги до якості продукції сьогодні встановлені нормативно-правовими актами; нормативними документами; умовами договору зі споживачем.

Наведемо декілька прикладів нормативно-правового регулювання якості продукції. Так, Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», наприклад визначає, що під час виробництва харчових продуктів в Україні забороняється використання ароматизаторів, харчових добавок, не зареєстрованих в Україні; цілі туші або частини туш парнокопитних та інших копитних тварин, туші свійської птиці, кроликів та малих диких тварин, риба, мед, яйця, молоко необроблене, сир домашнього виробництва тощо можуть продаватися на агропродовольчих ринках за умови підтвердження їхньої придатності за результатами випробувань (досліджень) акредитованої лабораторії, яка знаходиться на агропродовольчому ринку, державним інспектором, який знаходиться на цьому ж ринку тощо

Відповідно до Закону України «Про молоко та молочні вироби» у виробництві традиційних молочних продуктів забороняється використовувати жири та білки немолочного походження, а також будь-які стабілізатори і консерванти.

Відповідно до Закону України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» для підтвердження якості продукції – сертифікат відповідності або декларація про відповідність. А оцінка відповідності є добровільною та обов'язковою.

В даний час оцінки відповідності підлягають іграшки, миючі речовини, електропобутова продукція, електричне, механічне, медичне обладнання, і інша продукція, використання якої може бути небезпечно для людини і навколишнього середовища, і на цю продукцію поширюються технічні регламенти, яких налічується понад 50.

Технічний регламент – нормативно-правовий акт, у якому визначено характеристики продукції або пов'язані з нею процеси чи способи виробництва, а також вимоги до послуг, включаючи відповідні положення, дотримання яких є обов'язковим (є технічний регламент ліфтів, безпеки іграшок, безпеки машин, медичних виробів, піротехнічних виробів тощо) Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності»

У разі, якщо імпортер або виробник хоче підтвердити якість посуду, або акумуляторів, наприклад, – необхідно отримати добровільний сертифікат відповідності, оскільки немає технічних регламентів, що визначають вимоги безпеки до даної продукції.

Принциповою відмінністю декларації від сертифіката є те, що при декларуванні відповідності виробник (імпортер) або уповноважена ним особа (а не орган по сертифікації) під свою повну відповідальність документально засвідчує, що продукція відповідає встановленим законодавством вимогам.

Декларація про відповідність може бути складена в довільній формі, але з огляду на, що для підтвердження відповідності техрегламенту необхідно проводити випробування продукції, часто декларації видають і реєструють акредитовані органи сертифікації на підставі протоколу випробувань під відповідальність заявника.

На харчову продукцію видаються тільки сертифікати відповідності або протоколи випробувань, а також поширюється техрегламент щодо правил маркування харчових продуктів.

Зміст права споживача на придбання продукції належної якості полягає в наступному:

1. Продавець (виробник, виконавець) зобов'язаний передати споживачеві продукцію належної якості, а також надати інформацію про цю продукцію.

2. Продавець (виробник, виконавець) на вимогу споживача зобов'язаний надати йому документи, які підтверджують належну якість продукції.

3. Вимоги до продукції щодо її безпеки для життя, здоров'я і майна споживачів, а також навколишнього природного середовища встановлюються нормативно-правовими актами, в тому числі технічними регламентами.

4. Забороняється введення в обіг фальсифікованої продукції.

5. Виробник (виконавець) зобов'язаний забезпечити використання продукції за призначенням протягом строку її служби, передбаченого нормативним документом або встановленого ним за домовленістю із споживачем, а в разі відсутності такого строку - протягом десяти років.

Виробник (виконавець) зобов'язаний забезпечити технічне обслуговування та гарантійний ремонт продукції, а також її випуск і поставку для підприємств, що здійснюють технічне обслуговування та ремонт, у необхідному обсязі та асортименті запасних частин протягом усього строку її виробництва, а після зняття з виробництва - протягом строку служби, в разі відсутності такого строку - протягом десяти років.

Сьогодні гостро постає питання забезпечення якості продуктів харчування. У разі придбання неякісних непродовольчих товарів наслідком може бути лише певний дискомфорт, а у разі придбання неякісних продуктів харчування існує загроза життю і здоров'ю.

Аналіз справ споживчого ринку України свідчить про те, що кількість порушень вимог законодавства у сфері захисту прав споживачів за останній час не зменшується. Ринок продовжує насичуватись сурогатами, неякісними, фальсифікованими та небезпечними для людей товарами, передусім харчовими продуктами та алкогольними напоями тощо.

Однак, будемо надіятися, що конкуренція товаровиробників, вимогливість споживача та наявність у нього можливостей вибору товару є тими ефективними впливовими засобами, які в кінцевому підсумку сприятимуть насиченню ринку України високоякісними товарами.

2.Право споживача на обмін (повернення) продукції належної якості. Перелік товарів, які не підлягають обміну (поверненню).

Кожен громадянин нашої держави практично щодня стає споживачем. Звичайно, що обмін і повернення товару належної якості - це актуальне питання для багатьох споживачів, хоча і не найбільш болюче. Споживачів зазвичай хвилюють актуальніші проблеми - безпека і якість товару, інформація про товар, відшкодування завданих збитків, нечесна підприємницька практика по відношенню до споживача тощо. Однак право на обмін і повернення товару належної якості піднімає одне із важливих запитань - чи має право споживач повернути (обміняти) товар, якщо він передумав після його купівлі, і які правовідносинах виникають у зв'язку з цим між ним і продавцем. Саме ці питання сьогодні і потребують всебічного, повного і об'єктивного обґрунтування права споживача при придбанні товарів належної якості.

Окремі аспекти зазначеної проблеми досліджувались на дисертаційному рівні та у фаховій літературі, зокрема в роботах таких учених-правників як Л. Б. Вяткіної, О. В. Звереві, Л. М. Іваненко, Т. Ю. Кагал, Т. Г. Квятковської, Т. М. Ковальчука, Е. Д. Корнілова, С. О. Косінова, В. Ф. Опришко, Г. А. Осетинської, Р. М. Посполітак, А. В. Рабінович, М. С. Циганкова, О. М. Язвінської та інших.

Відповідно до ст. 9 Закону України «Про захист прав споживачів» споживач, який придбав товар належної якості, має право обміняти непродовольчий товар належної якості на аналогічний у продавця, якщо товар не задовольнив його за формою, габаритами, фасоном, кольором, розміром або з інших причин не може бути ним використаний за призначенням.

Споживач має право на обмін товару належної якості:

1. Якщо товаром належної якості є непродовольчий товар.

2. Протягом чотирнадцяти днів, не рахуючи дня купівлі, якщо триваліший строк не оголошений продавцем.

3. Якщо товар належної якості не використовувався.

4. Збережено товарний вигляд, споживчі властивості, пломби, ярлики товару належної якості.

4. Розрахунковий документ, виданий споживачеві, є разом з проданим товаром.

Отже, ми бачимо, аби реалізувати таке право, товар має відповідати вище перерахованим вимогам.

Якщо на момент обміну аналогічного товару немає у продажу, споживач має право:

1. Придбати будь-які інші товари з наявного асортименту;

2. Розірвати договір та одержати назад гроші;

3. Здійснити обмін товару на аналогічний при першому ж надходженні відповідного товару в продаж.

Гроші, сплачені за товар, повертаються споживачеві у день розірвання договору, а в разі - в інший строк за домовленістю сторін, але не пізніше ніж протягом семи днів.

Дані правовідносини окрім Закону України «Про захист прав споживачів» регулюються також Цивільним кодексом України (ст.707 ЦК України), однак є деякі відмінності у такому регулюванні. Зокрема, це:

Норма ст.707 ЦК України дозволяє споживачеві обміняти (повернути) куплений товар без будь-яких додаткових умов і не вимагає того, щоб товар належної якості не підходив йому за формою, габаритами, фасоном, кольором, розміром або з інших причин не може бути ним використаний за призначенням.

Зокрема, зазначається, що покупець має право протягом чотирнадцяти днів не рахуючи дня купівлі непродовольчого товару належної якості, якщо триваліший строк не оголошений продавцем, обміняти його у місці купівлі або інших місцях, оголошених продавцем, на аналогічний товар інших розміру, форми, габариту, фасону, комплектації тощо. У разі виявлення різниці в ціні покупець проводить необхідний перерахунок з продавцем.

Якщо у продавця немає необхідного для обміну товару, покупець має право повернути придбаний товар продавцеві та одержати сплачену за нього грошову суму.

Як слушно зазначає Верхола Ю.В, законодавча конструкція, закріплена у ЦК України, є більш вдалою, оскільки відповідає основоположному принципу цивільного права – принципу диспозитивності.

В ст.9 Закону «Про захист прав споживачів» ми маємо приклад надмірного регулювання прав споживачів на обмін товару належної якості. Тому, було б доцільно передбачити для споживача нічим не обумовлене право обміняти товар і виключити із закону формулювання «якщо товар не задовольнив його за формою, габаритами, фасоном, кольором, розміром або з інших причин не може бути ним використаний за призначенням».

Також викликає дискусію норма ч.1, 2 ст.9 Закону України «Про захист прав споживачів» про те, що споживач має право обміняти непродовольчий товар належної якості на аналогічний у продавця, але якщо на момент обміну аналогічного товару немає у продажу, споживач має право або придбати будь-які інші товари з наявного асортименту з відповідним перерахуванням вартості, або розірвати договір та одержати назад гроші у розмірі вартості повернутого товару, або здійснити обмін товару на аналогічний при першому ж надходженні відповідного товару в продаж. Тобто, ми бачимо, що спочатку споживач має тільки право обміняти товар належної якості на аналогічний. Право ж розірвати договір купівлі продажу і одержати назад сплачені кошти з'являється у споживача у разі відсутності у продажу аналогічного товару, який би задовільнив споживача. Крім того, в Законі України «Про захист прав споживачів» немає визначення, що є аналогічним товаром.

Як бачимо, Закон не захищає права таких покупців, а враховує інтереси продавця, намагаючись захистити останнього від втрати прибутку і вводить норму про обмін одного

товару на інший. Як результат, маємо норму права, яка начебто намагається захистити інтереси і споживача, і продавця, але створює ґрунт для зловживань і конфліктів.

На нашу думку, було б доцільно дати споживачеві нічим необумовлене право повернути товар належної якості протягом 14 денного чи іншого терміну і отримати за нього гроші. Таке право вже мають сьогодні споживачі при купівлі товарів на відстані (ст. 13 Закону).

Як показує практика, багато продавців стали з власної ініціативи розширювати права покупців в цій сфері. Так, наприклад, магазин Епіцентр в м.Києві дає споживачам право повернути куплені в магазині товари, а при бажанні – обміняти їх на аналогічні. Такі правила є і в деяких інших великих торговельних мережах. Вони не вимагають обміну товару на аналогічний, а готові просто прийняти товар і повернути покупцеві гроші. Йдеться про економічний розрахунок і це хороший приклад того, як ринкова економіка створює зрозумілі та практичні норми навіть без законодавчого регулювання.

Цікавим для України є зарубіжний досвід захисту прав споживачів при придбанні товару належної якості. Так, вдалим є формулювання ст.28 Закону «Про захист прав споживачів» Білорусії. Зокрема, законодавець передбачає, що споживач має право протягом чотирнадцяти днів з моменту передання йому непродовольчого товару, якщо триваліший строк не оголошений продавцем, в місці придбання або інших місцях, оголошених продавцем, повернути товар належної якості або обміняти його на аналогічний товар інших розміру, форми, габариту, фасону, забарвлення або комплектації, у разі виявлення різниці в ціні покупець проводить необхідний перерахунок з продавцем. Отже, споживач, на відміну від нашого законодавства, самостійно визначає обміняти чи повернути товар.

Відповідно до статті 6.362 Цивільного кодексу Литовської Республіки передбачений порядок, згідно з яким якісну річ можна повернути або замінити протягом 14 днів з моменту покупки. При цьому продавець не має права вимагати, щоб споживач придбав будь-який інший товар.

Дуже позитивним є досвід США щодо обміну (повернення) товарів належної якості:

1. Коли здаєш товар в США, тебе взагалі не питають причину. Здаєш, значить так треба. Тут поважають чужу думку, навіть якщо воно розходиться з думкою споживача. Вкрай рідко можуть запитати, чому Ви здаєте товар. Швидше, машинально, бо продавцеві це глибоко по барабану. Для цього досить сказати: «I changed my mind», що означає: «Я передумав». І це все.

2. У США нема товарів, які не можна повертати. Натільну білизну можна, продукти теж можна.

3. Вживані здавати можна, це не проблема.

4. Чек потрібен, але не завжди. Є різні варіанти запевнити, що товар куплений саме там, і тоді продавець знайде ціну на комп'ютері.

5. Терміни повернення товару є і вони різні. 2-4 тижні, іноді більше.

Право на обмін (повернення) не поширюється на товари, перелік яких передбачено нормативно-правовими актами. Перелік товарів належної якості, що не підляють обміну (поверненню), затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 19 березня 1994 р. № 72.

Як реалізувати в Україні право на обмін (повернення) товару належної якості:

1. Звернутися із заявою до продавця протягом 14 днів або у інший передбачений термін.

2. При собі мати документ, що посвідчує особу.

3. Мати документ, що посвідчує купівлю продаж і товар.

Аналізуючи узагальнення судової практики, можна дійти висновку, що суди правильно застосовують ст.9 Закону України «Про захист прав споживачів». Суди у більшості випадків задовільняють позови позивачів про право на придбання товарів належної якості.

Справа №106/3102/2015:

Так, до суду звернувся покупець, який вимагає від ТОВ «А» розірвання договору купівлі-продажу, відшкодування вартості товару та моральної шкоди. Позов був поданий у зв'язку з тим, що придбаний телефон був товаром належної якості, але не задовольнив позивача як споживача за формою, габаритами, фасоном і кольором, тому не міг бути використаний за призначенням.

Суд встановив, що позивач, відповідно до гарантійного талона та фіскального чеку, 4 лютого 2015 придбав у магазині відповідача мобільний телефон Nokia 6700 classic chrome вартістю 4259 грн. Оскільки телефон не відповідав тим споживчим якостям, яких очікував позивач, зокрема, за формою і кольором, 8 лютого того ж року він звернувся до продавця з письмовою вимогою здійснити обмін на аналогічний товар. Він повернув телефон, яким не користувався і який зберіг товарний вигляд, пломби, захисні плівки, і виданий касовий чек. За відсутності такого товару у продажу на момент обміну споживач просив продавця розірвати договір і виплатити вартість телефону, який він повернув.

10 лютого продавець надіслав споживачу лист, в якому повідомляв, що для задоволення його вимог товар необхідно передати в авторизований сервісний центр для визначення, чи є він в даний час товаром належної якості, чи відповідає вимогам законодавства про обмін товару на аналогічний або повернення коштів.

До слова, за твердженнями відповідача, позивач не звернувся ні до продавця, ні в сервісний центр для діагностики телефону. Відповідач також зазначив, що позивачеві не відмовляли в задоволенні його вимог, а лише запропонували вирішити питання згідно із законодавством. Приймаючи рішення, суд керувався ст. 9 Закону про захист прав споживачів, і прийшов до наступних висновків.

По-перше, пояснення сторін та досліджені докази по справі достовірно встановлюють факт звернення позивача у передбачений законом строк із заявою про заміну товару або повернення коштів та надання відповідачу телефону, що має належний товарний вигляд, а також касового чека. По-друге, доводи представника відповідача про неможливість прийняття товару у зв'язку з відсутністю висновку авторизованого сервісного центру про належну якість товару не засновані на законі. Суд також визнав, що позивачу була заподіяна моральна шкода, виражений в порушенні відповідачем прав споживача, визначених у Законі про захист прав споживачів.

Враховуючи всі обставини по справі, суд вирішив задовольнити позов частково – розірвати договір купівлі-продажу мобільного телефону; стягнути з відповідача сплачені позивачем грошові кошти за товар у розмірі 2259 грн в обмін на телефон; стягнути з відповідача на користь позивача компенсацію моральної шкоди в розмірі 1000 грн (із заявлених позивачем 2500 грн).

Ще один приклад із судової практики

В листопаді 2015 року Позивач звернувся в суд з позовом до ФОП ОСОБА_2, вимагаючи захистити свої права як споживача.

Свої вимоги ОСОБА_1 мотивував тим, що 13 січня 2015 року ним було придбано в магазині «ІНФОРМАЦІЯ_1», в якому Відповідач здійснює свою комерційну діяльність, гірськолижне спорядження, а саме: лижі та кріплення на загальну суму в розмірі 4195 гривень.

Враховуючи, що лижі не підійшли за розміром, 16 січня 2015 року Позивач звернувся до працівників магазину з проханням про заміну товару або повернення грошових коштів, проте у задоволенні такої вимоги йому було відмовлено.

Позивач зазначає, що придбаний товар не використовувався, механічні та інші пошкодження на ньому відсутні, а тому відмову Відповідача у поверненні коштів він вважає протиправною, а тому просить стягнути з Відповідача суму сплаченої ним вартості товару в розмірі 4195 гривень, а крім того - таку ж суму в якості штрафу на підставі п.11 ч.1 ст. 23 Закону України «Про захист прав споживачів», та 9500 гривень - в якості відшкодування витрат на оплату юридичних послуг.

У судовому засіданні представник Позивача позов підтримав. На уточнююче запитання суду повідомив, що Відповідач у своїй письмовій відповіді, копію якої Позивач до

справи не додавав, посилався на те, що підставою для відмови у поверненні товару або коштів за нього було те, що начебто Позивачем було порушено упаковку придбаного товару, зняті пломби та ярлики. В той же час представник Позивача вважає, що це не може бути підставою для відмови, оскільки ані лижі, ані кріплення не використовувались, вони є новими.

Відповідач у судове засідання не з'явилася, про час та місце розгляду повідомлялася, тому суд за згодою представника Позивача дійшов висновку про можливість ухвалення по справі заочного рішення відповідно до вимог ч. 4 ст. 169 ЦПК України.

Заслухавши пояснення представника Позивача, дослідивши матеріали справи, суд приходить до наступного.

Безспірно встановлено, що Позивачем не було збережено упакування та ярлики придбаного товару, кріплення для лиж були встановлені, у зв'язку з чим на лижах були зірвані відповідні пломби.

Відтак, позовні вимоги ОСОБА_1 задоволенню не підлягають.

Перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню).

Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 19 березня 1994 р. № 172

"Про реалізацію окремих положень Закону України "Про захист прав споживачів", затверджено перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню). До товарів які не підлягають обміну, або поверненню відносяться:

1. Продовольчі товари.
2. Лікарські засоби.
3. Предмети сангігієни.
4. Фотоплівки, фотопластинки, фотографічний папір.
5. Корсетні товари.
6. Парфюмерно-косметичні вироби.
7. Перо-пухові вироби.
8. Дитячі іграшки м'які.
9. Дитячі іграшки гумові надувні.
10. Зубні щітки.
11. Мундштуки.
12. Апарати для гоління.
13. Помазки для гоління.
14. Гребінці, гребені та щітки масажні.
15. Сурдини (для духових музичних інструментів).
16. Скрипкові підборіддя.
17. Рукавички.
18. Тканини.
19. Тюлегардинні і мереживні полотна.
20. Килимові вироби метражні.
21. Білизна натільна.
22. Білизна постільна.
23. Панчішно-шкарпеткові вироби.
24. Товари в аерозольній упаковці.
25. Друковані видання.
26. Лінійний та листовий металопрокат, трубна продукція, пиломатеріали, погонажні (плінтус, наличник), плитні матеріали (деревноволокнисті та деревностружкові плити, фанера) і скло, нарізані або розкроєні під розмір, визначений покупцем (замовником).
27. Аудіо-, відеокасети, диски для лазерних систем зчитування із записом.
28. Вироби з натурального та штучного волосся (перуки).
29. Товари для немовлят (пелюшки, соски, пляшечки для годування т. д.).
30. Інструменти для манікюру, педикюру (ножиці, пилочки тощо).
31. Ювелірні вироби з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння.

Перелік товарів, що не підлягають обміну або поверненню вичерпним. Продавець не має права відмовити в обміні або поверненні товару, не включеного до переліку, якщо він відповідає всім вимогам, передбаченим ст. 9 Закону.

На сьогодні, на офіційному сайті Міністерство економіки є проєкт постанови Кабміну «Про внесення змін у додаток 3 до постанови Кабінету Міністрів України від 19 березня 1994 р. № 172», що передбачає внесення змін до додатку 3 вказаної постанови № 172 «Про реалізацію окремих положень Закону України «Про захист прав споживачів» та оновити положення цього додатку.

Зміни, що пропонуються проєктом нової постанови, зумовлені давністю формування попереднього переліку товарів, що не підлягають обміну та поверненню, адже такий перелік був затверджений ще у 1994 році. Відповідно, за цей час багато товарних позицій змінилися — як загалом, так і за їхнім відображенням у законодавстві. Зокрема, з прийняттям деяких законодавчих актів, що врегульовують безпеку та якість продуктів, лікарських засобів, алкогольних напоїв, тютюнової продукції тощо, а також внесенням відповідних змін до Державного класифікатора продукції та послуг 016:2010 багато з наведених у Переліку визначень потрібно привести у відповідність до законодавства.

Окрім того, до Переліку будуть додані товари, які не можуть бути повернені чи обміняні через свої специфічні властивості. Як приклад, на сайті Мінекономіки наводяться квіти, адже приміром готові букети після повернення фактично неможливо знову продати. Таких товарів безліч, і оскільки наразі їхні продавці та виробники не мають юридичних підстав для відмови у поверненні чи обміні таких специфічних товарів, а отже, несуть збитки.

Також зазначається, що впродовж дії чинного Переліку зазнав змін зокрема підхід до пакування товарів. Значну частину товарів виробники упаковують у герметичне пакування, яке відповідає вимогам санітарних правил та дозволяє краще зберігати товари. Такі товари у новому переліку наводяться з відміткою «*». Прогнозується, що у разі, якщо герметично упакований товар не був у вжитку, покупець зможе здійснити повернення цього товару. Таким чином дотримується і право покупця на повернення невживаного товару, а підприємцю чи продавцю дозволить здійснити повторну реалізацію та не отримувати збитки.

Які товари буде включено до нового Переліку товарів належної якості, які не підлягають обміну чи поверненню?

Відповідно до проєкту Постанови, новий перелік товарів належної якості, які не підлягають поверненню та обміну, буде наступним:

- Харчові продукти
- Лікарські засоби
- Ветеринарні препарати
- Засоби особистої гігієни (зубні щітки, бритви для гоління та леза до них, помазки для гоління, розчіски, гребенці та щітки масажні, перуки)*
- Фотоплівки, фотопластинки, фотопапір
- Білизна спідня (бюстгальтери, труси, корсети, нічні сорочки, комбінації та спідниці спідні, пеньюари, підтяжки, підв'язки, майки, кальсони, купальні костюми)
- Білизна постільна*
- Парфуми та косметичні засоби*
- Іграшки (м'які, гумові надувні)
- Мундштуки (музичні), інструменти духові, сурдини та тростини (для інструментів духових), скрипічні підборіддя, гармоніки губні
- Рукавички, вироби панчішно-шкарпеткові
- Тканини, тюль, мереживо, стрічки, килими, килимові покриви та інші метражні вироби
- Лінійний та листковий металопрокат, трубна продукція, пиломатеріали, погонажні (плінтус, лиштва тощо), плитні матеріали (деревноволокнисті та деревностружкові плити, фанера) і скло, нарізані або розкроєні під розмір, визначений покупцем (замовником)

- Носії аудіо-, відео-інформації*
- Друковані видання*
- Товари для немовлят (пелюшки, соски, пляшечки для годування тощо)
- Набори та інструменти манікюрні чи педикюрні*
- Ювелірні вироби з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння
 - Мийні засоби, пестициди, агрохімікати*
 - Тварини та рослини
 - Кормові матеріали, насіння, садивний матеріал*
 - Тютюн, тютюнові вироби, рідини, що використовуються в електронних сигаретах, пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, мундштуки на сигари й сигарети та їхні частини, тощо
 - Хімічні джерела струму (окрім перезаряджувальних вторинних елементів (акумуляторів))*
 - Навушники*

Позначка найменувань товарних позицій у списку зірочкою означає винятки, товари, що можуть бути повернуті у разі пакування у герметичну вакуумну упаковку і можна перевірити, що такий товар не був у вживанні.

3. Права споживачів у разі придбання ними товарів неналежної якості.

У чинному законодавстві, а саме, у ЦК України та Законі України «Про захист прав споживачів», немає визначення поняття «продукція неналежної якості».

У Законі України «Про вилучення з обороту, переробки, утилізація, знищення або подальше використання неякісної і небезпечної продукції» вказується, що до неякісної \ продукції відноситься:

продукція, яка не відповідає вимогам чинних в Україні нормативно-правових актів і нормативних документів стосовно відповідних видів продукції щодо її споживчих властивостей;

продукція, якій з метою збуту споживачам виробником (продавцем) навмисне надано зовнішнього вигляду та (або) окремих властивостей певного виду продукції, але яка не може бути ідентифікована як продукція, за яку вона видається;

продукція, під час маркування якої порушено встановлені законодавством вимоги щодо мови маркування та (або) до змісту і повноти інформації, яка має при цьому повідомлятися;

продукція, строк придатності якої до споживання або використання закінчився;

продукція, на яку немає передбачених законодавством відповідних документів, що підтверджують якість та безпеку продукції.

Окремим аспектам проблеми захисту прав споживача у разі придбання продукції неналежної якості присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, зокрема: О. Бурлаки, С. Бичкової, Г. Грабовської, А. Колоджей, А. А. Дудли, В. Звереві та ін.

Законодавець у ст. 8 Закону України «Про захист прав споживачів» розмежував товари неналежної якості на такі категорії:

- товари, що мають недоліки,
- товари, що мають істотні недоліки,
- фальсифіковані товари.

На думку науковців, зокрема Саванець Л.М. доцільність поділу недоліків та недолік та істотний недолік, викликає сумнів. Адже ні Віденська конвенція про договори міжнародної торгівлі від 1980р., учасницею якої є Україна, ані Директива 1999/44/ЄС, якою передбачено правове регулювання договорів купівлі-продажу в ЄС, не визначено поняття недоліку чи істотного недоліку товару, а є невідповідність товару споживання договору.

Недолік товару – це будь яка невідповідність продукції вимогам нормативно-правових актів і нормативних документів, умовам договорів або вимогам, що пред'являються до неї, а також інформації про продукцію, наданій виробником (виконавцем, продавцем).

Істотний недолік товару - недолік, який робить неможливим чи недопустимим використання товару відповідно до його цільового призначення, виник з вини виробника (продавця, виконавця), після його усунення проявляється знову з незалежних від споживача причин і при цьому наділений хоча б однією з нижченаведених ознак:

- а) він взагалі не може бути усунутий;
- б) його усунення потребує понад чотирнадцять календарних днів;
- в) він робить товар суттєво іншим, ніж передбачено договором.

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.

Відповідно ст.8 Закону України «Про захист прав споживачів» у разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку недоліків споживач, в порядку та у строки, що встановлені законодавством, має право вимагати:

- 1) пропорційного зменшення ціни;
- 2) безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк;
- 3) відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку істотних недоліків, які виникли з вини виробника товару (продавця, виконавця), або фальсифікації товару, підтверджених за необхідності висновком експертизи, споживач, в порядку та у строки, що встановлені законодавством і на підставі обов'язкових для сторін правил чи договору, має право за своїм вибором вимагати від продавця або виробника::

- 1) розірвання договору та повернення сплаченої за товар грошової суми;
- 2) вимагати заміни товару на такий же товар або на аналогічний, з числа наявних у продавця (виробника), товар.

Зупинимося на їх характеристиці.

1) пропорційного зменшення ціни; звичайно, товар має ціну і за домовленістю сторін вона може бути зменшена.

- 2) безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк;

Різновидом безоплатного усунення недоліків є гарантійний ремонт, який полягає у виконанні робіт, пов'язаних з усуненням недоліків товару для забезпечення використання його за призначенням протягом гарантійного терміну експлуатації.

Усунення недоліків здійснюється шляхом заміни чи ремонту комплектуючого виробу або окремої складової частини, а також виконання регульовальних робіт відповідно до вимог нормативних документів. Якщо покупцем є споживач, то гарантійний ремонт здійснюється відповідно до Закону України "Про захист прав споживачів" та Порядку гарантійного ремонту (обслуговування) або гарантійної заміни технічно складних побутових товарів, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 11 квітня 2002 року N 506.

Великогабаритні товари і товари вагою понад 5 кілограмів доставляються на ремонт та повертаються споживачеві силами і засобами продавця, виробника, виконавця (підприємства, що виконує їх функції). У разі невиконання цього зобов'язання, а також відсутності продавця, виробника, виконавця (підприємства, що виконує їх функції) за місцем знаходження споживача доставка і повернення товарів з гарантійного ремонту можуть бути здійснені споживачем за їх рахунок на підставі документа, що засвідчує відповідні витрати споживача (п. 29 Порядку).

Крім того, при пред'явленні споживачем вимоги про безоплатне усунення недоліків товару вони повинні бути усунуті протягом чотирнадцяти днів з дати його пред'явлення або за згодою сторін в інший строк.

На письмову вимогу споживача на час ремонту йому надається (з доставкою) товар аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) незалежно від моделі. Для цього

продавець, виробник (підприємство, що задовольняє вимоги споживача, зобов'язані створювати (мати) обмінний фонд товарів. Перелік товарів, з яких утворюється обмінний фонд, затверджений постановою Кабінету Міністрів України "Про реалізацію окремих положень Закону України "Про захист прав споживачів" від 19 березня 1994 року N 172. В окремих випадках чинне законодавство України встановлює строки для задоволення вимог покупця про усунення недоліків товару.

3) відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

Покупець також має право на відшкодування витрат на усунення недоліків товару. Витрати мають бути документально підтверджені та відповідні характеру недоліків. В іншому випадку вимога споживача може розглядатися як зловживання правом, а тому суд може відмовити у її задоволенні на підставі ч. III ст. 16 ЦК. Аналіз ч. I коментованої ст. свідчить про те, що єдиною підставою її застосування є передача покупцю товару, що не відповідає вимогам по якості. Причому вказані права покупець має право реалізувати навіть в тому випадку, якщо неналежна якість товару не є перешкодою для використання його за призначенням. Ч. I коментованої ст. застосовується у тих випадках, коли недоліки товару по якості не є істотними. Ч. I ст. 678 встановлює, що покупець може скористатися будь-яким із прав, встановлених нею на власний розсуд.

Вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті, пред'являються на вибір споживача продавцеві за місцем купівлі товару, виробникові або підприємству, що задовольняє ці вимоги за місцезнаходженням споживача.

Споживач має право пред'явити одну з вимог, передбачених частиною першою цієї статті, а в разі її невиконання заявити іншу вимогу, передбачену частиною першою цієї статті.

У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку істотних недоліків, які виникли з вини виробника товару (продавця, виконавця):

1) розірвання договору та повернення сплаченої за товар грошової суми;

При розірванні договору розрахунки із споживачем у разі підвищення ціни на товар провадяться виходячи з його вартості на час пред'явлення відповідної вимоги, а в разі зниження ціни - виходячи з вартості товару на час купівлі. Гроші, сплачені за товар, повертаються споживачеві у день розірвання договору, а в разі неможливості повернути гроші у день розірвання договору - в інший строк за домовленістю сторін, але не пізніше ніж протягом семи днів.

2) вимагати заміни товару на такий же товар або на аналогічний, з числа наявних у продавця (виробника), товар.

Особливості заміни товару неналежної якості на товар належної якості за договорами купівлі-продажу зі споживачами встановлюються Законом України "Про захист прав споживачів". Так, відповідно до положень ст. 8 вказаного Закону за наявності товару вимога споживача про його заміну підлягає негайному задоволенню, а в разі виникнення потреби в перевірці якості - протягом чотирнадцяти днів або за домовленістю сторін. У разі відсутності товару вимога споживача про його заміну підлягає задоволенню у двомісячний строк з моменту подання відповідної заяви. Під час заміни товару з недоліками на товар аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) належної якості, ціна на який змінилася, перерахунок вартості не провадиться.

Під час заміни товару з недоліками на такий же товар іншої марки (моделі, артикулу, модифікації) належної якості перерахунок вартості товару з недоліками у разі підвищення ціни провадиться виходячи з його вартості на час обміну, а в разі зниження ціни - виходячи з вартості на час купівлі.

У разі придбання споживачем продовольчих товарів неналежної якості продавець зобов'язаний замінити їх на товари належної якості або повернути споживачеві сплачені ним гроші, якщо недоліки виявлено у межах строку придатності.

Якщо на товар не встановлений гарантійний строк або строк придатності, вимога у зв'язку з його недоліками може бути пред'явлена покупцем за умови, що недоліки були виявлені протягом розумного строку, але в межах двох років, а щодо нерухомого майна - в

межах трьох років від дня передання товару покупцеві, якщо договором або законом не встановлений більший строк.

Продавець або організація, що виконує функції продавця на підставі договору, вправі відмовитися від задоволення вимог споживача з приводу недоліків товару, якщо:

1) вимоги заявлені з приводу недоліків, які були обговорені при укладанні договору купівлі-продажу;

2) вимоги пред'явлені після закінчення термінів позовної давності, встановлених законодавством;

3) недоліки, із приводу яких заявлена вимога, виникли після передачі товару споживачеві в результаті порушення споживачем встановлених правил використання, збереження або транспортування, дій третіх осіб або обставин нездоланної сили, і це доведено продавцем (виробником) або організацією, що виконує функції продавця (виробника) на підставі договору з ним;

4) споживач не надав товарний (касовий) чек, а у відношенні товарів, на які встановлені гарантійні терміни, технічний паспорт або інший документ, що його замінює.

Тому, формування інституту захисту прав споживачів у разі придбання товару неналежної якості в українському законодавстві має виходити із сучасного розвитку ринкових умов, основних міжнародних тенденцій у цій сфері, враховувати європейський досвід та узгоджуватися із Директивами ЄС.

Питання для самоконтролю:

1. Розкрийте зміст права споживача на придбання продукції належної якості.
2. Що розуміється під терміном «товар з істотним недоліком» та «товар з недоліком»? Перелічіть їх основні характеристики.
3. Дайте визначення поняття «фальсифікована продукція».
3. Охарактеризуйте право споживача у разі придбання ним продукції неналежної якості.
4. Назвіть права споживачів, які бажають обміняти (повернути) товар належної якості, що їм не підійшов за фасоном, кольором, розміром тощо.
5. Наведіть кілька прикладів товарів, які не підлягають обміну (поверненню).
6. Наведіть кілька прикладів товарів, з яких утворюється обмінний фонд.
7. Назвіть, які мають бути дії споживача, якщо його право на придбання товару належної якості порушено?
8. Проаналізуйте, як реалізується право споживача на проведення експертизи товару?
9. Що таке гарантійні зобов'язання виробника?
10. Як реалізується право споживача на пропорційне зменшення ціни продукції?
11. Як реалізується право споживача на безоплатне усунення недоліків товару в розумний строк?
12. Коли споживач має право на відшкодування витрат на усунення недоліків товару?
13. Який порядок розірвання договору та повернення сплаченої за товар грошової суми споживачу?
14. Коли споживач має право на заміну товару на такий же товар або на аналогічний, з числа наявних у продавця (виробника), товар?

Рекомендована література:

Нормативно-правові акти

1. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР (у редакції від 30.09.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>

2. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1024- XII (у редакції відвід 10.06.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>

3. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII (у редакції від 26.04.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675-19>

4. Цивільний кодекс України від 16.03.2003 р. (у редакції від 19.07.2017 р.). // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

5. Про споживче кредитування: Закон України від 15.11.2016 р. № 1734-VIII (у редакції від 15.11.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1734-19>

6. Порядок гарантійного ремонту (обслуговування) або гарантійної заміни технічно складних побутових товарів затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 11.04.2002 р. № 506 (у редакції від 07.05.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/506-2002-%D0%BF>

7. Про реалізацію окремих положень Закону України "Про захист прав споживачів": постанова Кабінету Міністрів України від 19.03.1994 р. № 172 (у редакції від 07.12.2005 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/172-94-%D0%BF>

8. Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 р. № 833 (у редакції від 18.04.2013 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>

9. Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями затверджені наказом Міністерства економіки від 19.04.2007 р. № 103 (поточна редакція) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1181-07/conv>

10. Про встановлення граничної суми розрахунків готівкою: постанова Правління Національного банку України від 06.06.2013 р. № 210 (у редакції від 04.01.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1109-13>

11. Рекомендації щодо організації продажу товарів за зразками затверджені наказом Міністерства економіки України від 20.07.2000 р. (станом на 26.03.2007 р.) // Закони України. URL: <http://www.uazakon.com/document>

12. Про недобросовісну комерційну практику по відношенню до споживачів на внутрішньому ринку: Директива № 2005/29/ЄС Європейського парламенту і Ради ЄС від 11.05.2005 р. (поточна редакція) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/sho>

13. Про захист споживачів при зазначенні цін на товари, що пропонуються споживачам: Директива Європейського парламенту та Ради 98/6/ЄС від 16.02.1998 р. // Міністерство юстиції. URL: <http://old.minjust.gov.ua>

14. Про захист споживачів щодо контрактів, укладених поза діловими приміщеннями: Директива Ради 85/577/ЄЕС від 20.12.1985 р. // Міністерство юстиції. URL: <http://old.minjust.gov.ua/45878>

15. Щодо несправедливих умов споживчих договорів: Директива Ради 93/13/ЄЕС від 05.04.1993 р. // Міністерство юстиції URL: <http://old.minjust.gov.ua8>

16. Угода про основні напрямки співробітництва у сфері захисту прав споживачів між Державною інспекцією України з питань захисту прав споживачів та Центром захисту прав споживачів Латвії від 14.03.2013 р. // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/428_053

17. Про практику розгляду цивільних справ за позовами про захист прав споживачів: постанова Пленуму Верховного Суду України від 12.04.1996 р. №5 (у редакції від 25.05.1998 р.) URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0005700>

1. Верхола Ю.В. Права споживача при придбанні товару належної якості / Верхола Ю.В.// Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право».- 2015 р.- № 37 т.1. – с.110-112.
2. Грабовська Г.М.Форми захисту прав споживачів у випадку придбання ними товарів неналежної якості / Право і суспільство.- 2014.- №4.- С.62-66
3. Дзюбенко О. Л. Загальна характеристика договору роздрібною купівлі-продажу товарів та його різновидів // Форум права. 2013. № 1. С. 256–261.
4. Договір купівлі-продажу / Л. М. Горбунова, С. В. Богачов, І. Ф. Іванчук, Ю. В. Трало та ін.; М-во юстиції України. Київ: Поліграф-Експрес, 2006. 61 с.
5. Дудла І.О.Захист прав споживачів: навчальний посібник / І.О.Дудла.-К.: Центр учбової літератури, 2007.- 448с.
6. Єгоричева О. Ю. Цивільно-правова відповідальність за продаж споживачам товарів неналежної якості: автореф. дис. ... юрид. наук: 12.00.03 / Нац. акад. прав. наук України, НДІ приват. права і підприємництва ім. Ф. Г. Бурчака. Київ, 2014. 20 с.
7. Заверуха С. В. Цивільно-правова відповідальність за договором купівлі-продажу: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Нац. акад. правових наук України, НДІ приват. права і підприємництва ім. акад. Ф. Г. Бурчака. Київ, 2015. 217 с
8. Коваленко О. В. Особливості застосування електронної форми договору // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Юридичні науки. Херсон, 2016. Вип. 3. Т. 1. С. 71–75.
9. Лащак В.В.Система захисту прав споживачів у провідних країнах світу Система захисту прав споживачів у провідних країнах світу / В. В. Лащак, Т. В. Лащак // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : збірник наукових праць / ред. кол. :І. Д. Пасічник, О. І. Дем'янчук. – Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – Випуск 25. – С. 15–18.
10. Мазаракі А.А., Язвінська О.М., Ніколаєва Л.В., Притульська Н.В., Іваненко Л.М. Захист прав споживачів: соціально-правовий аспект / Київський національний торговельно-економічний ун-т / Л.В. Ніколаєва (заг ред.). – К.:КНТЕУ, 2002. – 311 с.
11. Менів Л.Д. Соціально-правова характеристика споживача та його прав / Соціологія права: науково-практичний журнал.- 2014.- №3-4.- с.73-79
12. Менів Л.Д.Окремі питання захисту прав споживачів при придбанні товарів належної якості / Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право».- 2016 р.- № 40. – с.55-62
13. Паєнок А. О. Про деякі недоліки правового захисту покупця при купівлі ним товару неналежної якості за договором роздрібною купівлі-продажу // Нові завдання та напрямки розвитку юридичної науки у ХХІ: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 3–4 лют. 2017 р.). Одеса: Міжнар. гуманітарний ун-т, 2017. С. 96–100.
14. Паєнок А. О. Реклама та оферта при укладенні договорів роздрібною купівлі-продажу товарів // Právna veda a prax: Výzvy moderných európskych integračných procesov: zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie, (Bratislava, 27–28 novem. 2015). Bratislava: Paneurópska vysoká škola, Fakulta práva, 2015. S. 236–239.
15. Паєнок А. О. Розмежування дистанційного способу продажу товару та продажу товару за зразками у договорі роздрібною купівлі-продажу // Právna veda a prax v treťom tisícročí: zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie (Košice 27–28 feb. 2015). Košice: Univerzita Pavla Jožefa Šafarika v Košiciach «Právnická fakulta», 2015. S. 70–72.
16. Плахтій Ю. Нормативно-правове забезпечення у сфері захисту прав споживачів / Ю.Плахтій, Р.Байцар // Вимірвальна техніка та технологія.- 2013.- №74.- С.84-88.
17. Поліщук О. Ю. Права споживача в разі придбання ним продукції у кредит / О. Ю. Поліщук // Університетські наукові записки. — 2007. — № 1 (21). — С. 131–135.
18. Полуніна О. О. Договір роздрібною купівлі-продажу товарів за цивільним законодавством України: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.0 / Нац. ун-т «Одеська юридична академія». Одеса, 2016. 20 с.

19. Утехін І. Складові виконання договору купівлі-продажу // Юридична Україна. 2011. № 1. С. 52–55.

20. Філатова Н. Ю. Регулювання особливостей укладення електронних договорів: порівняльно-правовий аналіз // Проблеми законності: зб. наук. праць. Харків, 2017. С. 63–77.

ЛЕКЦІЯ №4

ТЕМА: ПРАВА СПОЖИВАЧІВ НА БЕЗПЕКУ ПРОДУКЦІЇ

Мета: ознайомити студентів із правами споживачів на безпеку продукції.

План.

1. Поняття права споживача на безпеку продукції.
2. Права та обов'язки виробників та продавців щодо забезпечення безпеки продукції.
3. Заходи, спрямовані на недопущення надходження в оборот товарів, що можуть заподіяти споживачам шкоду.
4. Заходи щодо запобігання нанесення шкоди товарами, що вже реалізуються споживачам.
5. Здійснення експертизи продукції.

1. Поняття права споживача на безпеку продукції.

Безпека харчової продукції і продовольчої сировини є однією з вирішальних складових економічної та формування продовольчої безпеки кожної держави й визначається спроможністю країни ефективно контролювати виробництво й ввезення безпечного та якісного продовольства на загальнодержавних у світі засадах. Тому безпечність продуктів харчування має стати пріоритетним напрямом державної політики у сфері продовольчої та економічної безпеки

Питання прав споживачів на безпеку продукції були об'єктом дослідження у працях С. С. Алексєєва, М. О. Барінової, Т. В. Боднар, О. В. Дзери, А. С. Довгерт, Г. В. Єрьоменко, О. І. Загорулько, О. С. Іоффе, О. Ю. Кабалкіної, В. М. Коссака, В. П. Паліюк, Р. О. Стефанчук, Є. О. Суханова, Я. М. Шев-ченко, Р. Б. Шишка, В. С. Щербини та ін. Окремі питання захисту прав споживачів на безпеку продукції безпосередньо досліджувались у роботах Л. М. Іваненко, С. А. Косінова, Г. А. Осетинської.

На сьогоднішній день особливо актуальним постало питання та проблема безпеки продуктів харчування, серед яких однією з найважливіших є виробництво продуктів харчування, які б задовольняли умови безпечності і показників якості. В Україні якість і безпека продуктів харчування є питанням, яке хвилює не лише спеціалістів, а й пересічних громадян. Дослідження показують, що в раціон пересічного українця понад 70 % усіх забруднювачів надходять в організм людини з продуктами харчування, які несуть загрозу здоров'ю, повільно руйнуючи його, закладають причини майбутніх розладів і захворювань. Відповідно до ст. 1 Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» харчовий продукт (їжа) — це будь-яка речовина або продукт (сирий, включаючи сільськогосподарську продукцію, необроблений, напівоброблений або оброблений), призначений для споживання людиною. Безпека харчових продуктів – відсутність загрози шкідливого впливу харчових продуктів, продовольчої сировини та супутніх матеріалів на організм людини. Кожному гарантується право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення; така інформація ніким не може бути засекречена. Держава встановила певні гарантії, і усі закони та інші нормативно-правові акти мають відповідати наведеній конституційній нормі. Сучасні наукові дослідження підтверджують правдивість вислову Поля Брега «Ми є те, що ми їмо». Наша зовнішність, краса, світогляд, працездатність, успіхи, невдачі – все це наслідок нашого харчування.

Відповідно до статті 14 Закону України «Про захист прав споживачів» споживач має право на безпеку продукції (товарів, наслідки робіт). Відтак, споживач має право на те, щоб продукція за звичайних умов її використання, зберігання і транспортування була безпечною

для його життя, здоров'я, навколишнього природного середовища, а також не завдавала шкоди його майну.

У разі відсутності нормативних документів, нормативно-правових актів, що містять обов'язкові вимоги до продукції, використання якої може завдати шкоди життю, здоров'ю споживача, навколишньому природному середовищу, а також майну споживача, відповідні органи виконавчої влади, що здійснюють державний захист прав споживачів, зобов'язані негайно заборонити випуск і реалізацію такої продукції.

Окрім цього, на товари (наслідки робіт), використання яких понад визначений строк є небезпечним для життя, здоров'я споживача, навколишнього природного середовища або може заподіяти шкоду майну споживача, встановлюється строк служби (строк придатності). Ці вимоги можуть поширюватись як на виріб у цілому, так і на окремі його частини.

Виробник (виконавець, продавець) повинен попереджати споживача про встановлений строк служби (строк придатності) товару (наслідків роботи) або його частини, обов'язкові умови його використання та можливі наслідки в разі їх невиконання, а також про необхідні дії після закінчення цього строку.

Слід пам'ятати, що Законом забороняється змінювати строк служби (строк придатності), який зазначено на етикетці, упаковці або у супровідних документах на товар, а також вводити в обіг товари, строк придатності яких минув.

Якщо для безпечного використання продукції, її зберігання, транспортування та утилізації необхідно дотримуватися спеціальних правил, виробник (виконавець) зобов'язаний розробити такі правила та довести їх до продавця або споживача, а продавець – до споживача.

Продукція, на яку актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки для життя, здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього природного середовища і передбачено нанесення національного знака відповідності, повинна пройти встановлену процедуру оцінки відповідності. Виробник має право маркувати продукцію національним знаком відповідності за наявності декларації про відповідність та/або сертифіката відповідності, виданих згідно із законодавством.

Реалізація продукції (у тому числі імпортованих товарів) без маркування національним знаком відповідності та/або без сертифіката відповідності чи декларації про відповідність забороняється.

Підставою для митного оформлення імпорту таких товарів на територію України є наявність передбачених законодавством документів, які засвідчують факт проходження ними процедури оцінки відповідності.

Відповідальність за порушення вимог щодо безпеки продукції, передбачених цією частиною, визначається Законом та іншими законодавчими актами.

Якщо встановлено, що при дотриманні споживачем правил використання, зберігання чи транспортування товарів (наслідків робіт) вони завдають або можуть завдати шкоди життю, здоров'ю, майну споживача чи навколишньому природному середовищу, виробник (виконавець, продавець) зобов'язаний негайно припинити їх виробництво (реалізацію) до усунення причин заподіяння шкоди, а в необхідних випадках – вжити заходів щодо вилучення їх з обігу і відкликання у споживачів.

Якщо причини заподіяння шкоди усунути неможливо, виробник (виконавець) зобов'язаний зняти таку продукцію з виробництва, вилучити з обігу, відкликати у споживачів. У разі невиконання цих обов'язків зняття продукції з виробництва, вилучення з обігу і відкликання у споживачів проводиться за приписом органів виконавчої влади, що здійснюють контроль за безпекою продукції.

Виробник (виконавець) зобов'язаний відшкодувати у повному обсязі завдані споживачам збитки, пов'язані з відкликанням продукції.

Виробник (виконавець) зобов'язаний інформувати споживача про можливий ризик і про безпечне використання продукції за допомогою прийнятих загальновідомих у міжнародній практиці позначень.

2.Права та обов'язки виробників та продавців щодо забезпечення безпеки продукції.

Відповідно до Закону України “Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів” особи, які відповідно до цього Закону займаються виробництвом та обігом харчових продуктів, мають право:

1) одержувати в установленому порядку необхідну, доступну та достовірну інформацію від відповідних органів виконавчої влади про результати державного контролю та державного нагляду за виробництвом та обігом їх харчових продуктів;

2) одержувати від постачальників сільськогосподарської продукції, харчових продуктів, харчових добавок, ароматизаторів та матеріалів для виробництва (переробки) харчових продуктів декларацію виробника, зазначену у статті 21 цього Закону;

3) вимагати зберігання конфіденційності будь-якої інформації та нерозголошення конфіденційної інформації, за винятком випадків, передбачених чинним законодавством;

4) оскаржувати результати лабораторних досліджень, якщо ці результати відрізняються від результатів, отриманих виробником з використанням таких самих або ідентичних методів аналізу, та проводити арбітражні дослідження в уповноваженій та акредитованій арбітражній лабораторії;

5) оскаржувати будь-які рішення відповідних інспекторів, що стосуються їх господарської діяльності, відповідно до законодавства;

б) звертатися за захистом своїх прав до суду;

7) вимагати відшкодування збитків, заподіяних внаслідок постачання їм непридатних до споживання, неправильно маркованих або небезпечних об'єктів санітарних заходів, за умови їх використання та зберігання відповідно до інструкцій, наданих їх постачальником;

8) бути звільненим від відшкодування збитків, пов'язаних із непридатністю до споживання або небезпечністю харчового продукту, завданих внаслідок порушення іншими особами, в тому числі споживачами, відповідних санітарних заходів.

Особам, які займаються діяльністю з виробництва або введення в обіг харчових продуктів, забороняється виробляти та/або вводити в обіг небезпечні, непридатні до споживання або неправильно марковані харчові продукти.

Введення в обіг об'єктів санітарних заходів виробником та/або продавцем (постачальником) слід розуміти як декларацію про безпечність цього об'єкта та його відповідність вимогам цього Закону та іншим обов'язковим вимогам, встановленим відповідними технічними регламентами.

Особи, які займаються виробництвом або введенням в обіг харчових продуктів, повинні:

1) виконувати вимоги цього Закону України “ Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів ”;

2) застосовувати санітарні заходи та належну практику виробництва, та/або інші системи забезпечення безпечності та якості під час виробництва та обігу харчових продуктів;

3) забезпечувати використання у харчових продуктах дозволених інгредієнтів, які використовуються у дозволених межах, є безпечними та належної якості;

4) забезпечувати наявність достатньої та надійної інформації щодо поживної цінності, складу, належних умов зберігання, застережень та приготування харчових продуктів;

5) надавати декларацію виробника;

6) забезпечувати належні умови зберігання та/або експонування харчових продуктів;

7) запобігати продажу небезпечних, непридатних до споживання та неправильно маркованих харчових продуктів;

8) добровільно вилучати харчові продукти, які вони виробили або вводять у обіг, у разі виявлення факту, що такі харчові продукти небезпечні, непридатні до споживання або неправильно марковані;

9) виправляти недоліки харчових продуктів, які вироблені або знаходяться в обігу та не відповідають вимогам цього Закону;

10) забезпечувати безперешкодний доступ відповідного інспектора, який здійснює державний контроль або державний нагляд, до потужностей (об'єктів) з виробництва або обігу харчових продуктів протягом звичайного часу роботи та дозволяти відбір зразків об'єктів санітарних заходів, а також інших матеріалів і речовин на зазначених потужностях (об'єктах), та надавати за вимогою відповідного інспектора документи, необхідні для цієї мети;

11) компенсувати відповідно до закону шкоду, заподіяну споживачам внаслідок споживання непридатних до споживання або неправильно маркованих харчових продуктів та споживання харчових продуктів, які були визнані небезпечними, за умови їх зберігання, приготування та/або споживання згідно з інструкціями, наданими виробником та/або продавцем;

12) вести облік придбання, з посиланням на відповідну декларацію виробника, та використання харчових продуктів, харчових добавок, ароматизаторів та допоміжних матеріалів для переробки, що застосовуються для виробництва або обігу харчових продуктів, протягом трьох років для забезпечення відслідковування таких харчових продуктів. У разі серійного виробництва харчових продуктів, харчових добавок, ароматизаторів та допоміжних матеріалів для переробки такої облік здійснюється за номером партії.

4. Заходи щодо запобігання нанесення шкоди товарами, що вже реалізуються споживачам.

Відповідно до ст.12 Закону України «Про загальну безпечність нехарчової продукції» якщо орган державного ринкового нагляду встановив, що продукція може становити ризики за певних умов, він невідкладно приймає рішення про попередження виробником та/або розповсюджувачем споживачів (користувачів) про такі ризики або рішення про вжиття заходів щодо приведення продукції у відповідність із вимогами щодо забезпечення безпечності продукції перед введенням її в обіг на ринку України.

Якщо орган державного ринкового нагляду встановив, що продукція може становити ризики для певних категорій споживачів (користувачів), він невідкладно приймає рішення про попередження виробником та/або розповсюджувачем відповідних споживачів (користувачів) про такі ризики. Якщо орган державного ринкового нагляду встановив, що продукція за обґрунтованих припущень може бути небезпечною, він невідкладно приймає рішення про тимчасову заборону введення в обіг такої продукції на ринку, в тому числі постачання цієї продукції, пропонування її для постачання або її демонстрації, на строк, необхідний для проведення відповідної експертизи (випробування).

Якщо орган державного ринкового нагляду встановив, що продукція є небезпечною, він невідкладно:

1) забороняє введення в обіг такої продукції на ринку та вживає заходів щодо забезпечення такої заборони;

2) вживає заходів щодо негайного вилучення її з обігу і попередження споживачів (користувачів) про ризики, які становить ця продукція;

3) спільно з виробниками та розповсюджувачами такої продукції, яка вже була надана на ринку України споживачам (користувачам), вживає заходів щодо відкликання її з обігу та знищення. Відкликання продукції застосовується як винятковий захід, якщо вжиті виробником або розповсюджувачем заходи є недостатніми для запобігання чи уникнення відповідних ризиків, які становить продукція.

Обмежувальні (коригувальні) заходи із забезпечення безпечності продукції вживаються органами державного ринкового нагляду пропорційно до рівня загрози відповідної продукції суспільним інтересам. Органи державного ринкового нагляду вживають заходів щодо налагодження співпраці з виробниками та розповсюджувачами з метою запобігання чи зменшення ризиків, які становить продукція, що пропонується ними на ринку.

Порядок вжиття обмежувальних (коригувальних) заходів із забезпечення безпечності продукції визначається Законом України "Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції".

Відповідно до цього закону обмежувальними (корегувальними) заходи є:

- а) обмеження надання продукції на ринку;
- б) заборону надання продукції на ринку;
- в) вилучення продукції з обігу;
- г) відкликання продукції.

Обмеження надання продукції на ринку здійснюються шляхом:

- 1) приведення продукції у відповідність із встановленими вимогами (згідно з частинами **першою** і **четвертою** статті 29 цього Закону);
- 2) усунення формальної невідповідності (згідно з **частиною третьою** статті 29 цього Закону);
- 3) тимчасової заборони надання продукції на ринку.

Зазначені обмеження можуть застосовуватися до продукції, що надається на ринку, у тому числі тієї, що зберігається на складах виробників (імпортерів), та/або продукції, що перебуває у споживачів (користувачів).

Приведення продукції у відповідність із встановленими вимогами здійснюється за місцем проживання (місцезнаходженням) споживачів (користувачів) або за місцезнаходженням розповсюджувачів, виробників (імпортерів) чи підприємств, що здійснюють технічне обслуговування та ремонт продукції, а також в інших місцях, у яких можливо здійснити таке приведення. Суб'єкти господарювання в ланцюгу постачання відповідної продукції зобов'язані співпрацювати між собою з метою приведення продукції у відповідність із встановленими вимогами.

Приведення продукції у відповідність із встановленими вимогами здійснюється за рахунок суб'єкта господарювання, внаслідок дій чи бездіяльності якого продукція стала такою, що не відповідає встановленим вимогам.

Тимчасова заборона надання продукції на ринку застосовується органами ринкового нагляду у разі прийняття ними рішення про:

- 1) відбір зразків продукції для проведення їх експертизи (випробування) - на строк проведення експертизи (випробування);
- 2) приведення продукції у відповідність із встановленими вимогами - на строк дії відповідного обмеження.

Заборона надання продукції на ринку (введення в обіг або розповсюдження продукції) застосовується органами ринкового нагляду у випадках, передбачених цим Законом та Законом України "Про загальну безпечність нехарчової продукції".

Заборона надання продукції на ринку не поширюється на дії, пов'язані з поверненням такої продукції її розповсюдженцю або виробнику в межах вжиття заходів щодо вилучення відповідної продукції з обігу, її відкликання чи передачі цієї продукції з метою знищення або приведення в інший спосіб до стану, що виключає її використання.

Вилучення продукції з обігу чи її відкликання застосовується у випадках, передбачених цим Законом та Законом України "Про загальну безпечність нехарчової продукції", щодо продукції, яка відповідно надається на ринку або вже надана споживачам (користувачам).

Вилучення продукції з обігу передбачає повернення розповсюдженцями всіх одиниць відповідної продукції, що перебуває у їх розпорядженні, виробнику цієї продукції та припинення ними будь-якого демонстрування, пропонування такої продукції споживачам (користувачам).

Відкликання продукції передбачає повернення її виробнику одиниць відповідної продукції, що вже надана споживачам (користувачам).

Вилучення продукції з обігу, відкликання продукції здійснюються за ініціативою виробника цієї продукції або на виконання відповідного рішення органу ринкового нагляду у разі, якщо:

1) вжиті заходи не призвели до запобігання чи уникнення ризиків, що становить продукція, або не забезпечили відповідності продукції встановленим вимогам;

2) вжиття будь-яких інших заходів не може забезпечити запобігання чи уникнення ризиків, що становить продукція, або відповідність продукції встановленим вимогам.

Відкликання продукції застосовується як винятковий захід.

Одночасно з прийняттям рішення про вилучення продукції з обігу та/або її відкликання орган ринкового нагляду може прийняти рішення про заборону чи тимчасову заборону надання такої продукції на ринку. При виборі обмежувальних заходів (заборони чи тимчасової заборони) має бути враховано ступінь ризику та/або невідповідності такої продукції встановленим вимогам, а також можливість приведення відповідної продукції у відповідність із встановленими вимогами або до стану, за якого вона не становитиме ризику.

Рішення про вилучення продукції з обігу та/або її відкликання має містити вимогу щодо обов'язкового повідомлення виробником такої продукції та/або її розповсюджувачами споживачів (користувачів) та інших розповсюджувачів такої продукції про причини вилучення продукції з обігу чи її відкликання.

Виробник, який відкликає продукцію з метою її знищення чи приведення такої продукції в інший спосіб до стану, що виключає її використання, за домовленістю із споживачем (користувачем) цієї продукції зобов'язаний відшкодувати йому повну вартість продукції, що відкликається (крім випадків безоплатного постачання продукції споживачеві (користувачеві), або замінити її на таку чи аналогічну продукцію. Правила відшкодування вартості та заміни продукції, що відкликається, встановлюються законами України.

Протягом строку виконання рішення про вилучення продукції з обігу та/або її відкликання орган ринкового нагляду здійснює моніторинг заходів, що вживаються суб'єктами господарювання для вилучення відповідної продукції з обігу та/або її відкликання, щодо:

1) відповідності запланованих заходів меті вилучення продукції з обігу та/або її відкликання;

2) забезпечення взаємодії виробника з розповсюджувачами у ланцюгу постачання відповідної продукції;

3) результативності заходів виробника щодо повернення продукції з торговельної мережі, а у разі застосування відкликання продукції - також від споживачів (користувачів).

5. Здійснення експертизи продукції.

Товарознавча експертиза.

Товарознавча експертиза — це дослідження товарів з метою визначення їх якості, а також їх відповідності існуючим стандартам. Товарознавча експертиза це експертиза: машини, обладнання, сировини та товарів народного споживання; автотоварознавча; транспортно-товарознавча; військового майна, техніки та озброєння. Товарознавча експертиза проводиться як з ініціативи покупця, так і за бажанням виробника або продавця, який бажає переконатися у відповідній якості продукції.

Головними завданнями товарознавчої експертизи є:

визначення належності товарів (далі - товарна продукція) до класифікаційних категорій, які прийняті у виробничо-торговельній сфері (вид, сорт, артикул, марка, модель, розмір, комплектність тощо).

Визначення якісних змін товарної продукції.

Визначення причин якісних змін товарної продукції (мають виробничий характер, виникли при транспортуванні, зберіганні, у процесі експлуатації).

Установлення способу виробництва товарної продукції: промисловий чи саморобний, підприємства-виробника, країни-виробника.

Визначення вартості товарної продукції, у т.ч. з урахуванням часткової втрати її товарних якостей у зв'язку з експлуатаційним зношенням і пошкодженнями від впливу зовнішніх факторів.

Визначення відповідності упакування і транспортування, умов і термінів зберігання товарної продукції до вимог чинних правил.

Предмет та об'єкт товарознавчої експертизи та перелік вирішуваних питань.

Товарознавча експертиза проводиться компетентними судовими експертами, що мають відповідне свідоцтво Міністерства юстиції України та володіють необхідними знаннями в області товарних характеристик. **Предмет** дослідження визначається в кожному індивідуальному випадку залежно від цілей товарознавчої експертизи. Зазвичай, предмет товарознавчої експертизи стосується класифікаційної ідентифікації продукту, його стану на момент проведення експертизи, а також визначення причин чи обставин зміни стану та / або характеристик товару. Експерт-товарознавець повинен володіти необхідним рівнем компетенції при наданні висновку в процесі судової товарознавчої експертизи.

Об'єктом товарознавчої експертизи є одиниці продовольчої або непродовольчої продукції, а також будь-які матеріальні предмети, що містять інформацію про товарне походження об'єкта дослідження: супровідна документація, технічні описи та рекомендації з використання, зберігання та переміщення виробів. Товарознавчій експертизі підлягають також і об'єкти, які вже були у вжитку, що вибули з ужитку і навіть частини виробу. Слід зазначити, що якщо певний матеріальний предмет не має характерних ознак, що свідчать про його товарної сутності, то його не можна розглядати як об'єкт відповідної експертизи. Якщо, наприклад, в результаті впливу вогню, води або хімічних речовин товар втратив свої конструктивні характеристики, то проведення товарознавчої експертизи не представляється можливим.

Орієнтовний перелік вирішуваних питань:

- Яке найменування, призначення товарів народного споживання?
- До якого виду, роду, групи, марки вони належать?
- Чи відповідають маркувальні дані дійсним товарним характеристикам товару народного споживання?
- Як може бути розшифроване маркування наданого товару народного споживання?
- Чи відповідає якість виробу вимогам стандартів, технічних умов, наданим зразкам за органолептичними показниками?
- Які дефекти є у конкретному товарі народного споживання?
- Чи можлива його реалізація (експлуатація) при наявності виявлених дефектів?
- Під впливом яких причин змінилась якість товару та виникли різного роду дефекти?

Види товарознавчої експертизи

У залежності від напрямів досліджень, які здійснюються з урахуванням вимог, використаних для експертної оцінки конкретного товару, товарознавча експертиза класифікується на наступні різновиди:

- експертиза кількості товару;
- експертиза якості товару;
- експертиза комплектності товару;
- експертиза споживчих властивостей товару;
- експертиза новизни товару;
- експертиза походження товару;
- експертиза нормативної бази на товари (нормативної документації);
- ідентифікація виду чи різновиду товару;
- експертизи вартості (ціни) товару та ступеня її зниження;
- експертиза рівня якості товару та ступеня його зниження;
- експертиза відповідності коду товару ТН ЗЕД;
- експертиза відповідності товару певній системі сертифікації;
- експертиза оптимальності структури асортименту товарів;
- експертиза конкурентоспроможності товару.

Специфіка окремих видів товарознавчих експертиз коротко може бути окреслена наступними особливостями.

Експертиза кількості товару — перевірка відповідності кількості товарних одиниць, маси у партії або в частині партії до числового значення, що міститься у товаросупроводжувальних документах або у пакувальному листі; традиційно має місце при розходженні фактичної кількості товару з даними транспортних, супровідних, розрахункових документів чи маркірування. Специфіка цього виду товарознавчої експертизи проявляється при дослідженні товарів без упакування, у відкритій тарі чи тарі, що не забезпечує збереження кількості товару, а також при визначенні мірної чи вагової кількості (тканини, натуральні і штучні шкіри, шкури, текстильні волокна). Певні особливості стосуються експертизи кількості товарів, вага яких залежить від вологості. Розрахунок здійснюється на кондиційну вологість (натуральні волокна, шкури); товарів, кількість яких може визначатися розрахунковим шляхом (шкури); товарів, що транспортуються у специфічній тарі (тюках, контейнерах).

Експертиза якості товару — перевірка відповідності показників якості товару до вимог, встановлених умовами угоди (контракту), нормативною документацією, а також до товарного зразка-еталона.

Експертиза комплектності товару — перевірка відповідності номенклатури окремих частин (виробів, деталей, вузлів), які у комплектності складають одиницю. Для товарів легкої промисловості, наприклад, дослідження в межах партії відповідності їх підбору як за окремими частинами (жакет і юбка), так і за певними характеристиками (кольорами, відтінками, покроями, фасонами, оздобленням, розмірно-ростовочно-повнотними характеристиками).

Експертиза споживчих властивостей товару — аналіз та оцінювання споживчих властивостей товару за допомогою експертних методів на основі результатів випробувань (перевірки). Є одним із найскладніших видів товарознавчої експертизи. Експерт на підставі відповідних знань та із залученням певних засобів здійснює кількісно-якісний аналіз досліджуваного товару шляхом його порівняння з іншими товарами, що обрані за критерій, чи з ідеальним зразком; встановлює споживчу цінність досліджуваного товару на основі співставлення з обраними критеріями чи нормативними документами, отримує узагальнений результат (оцінювальне твердження), виражене у кількісній чи якісній формі.

Експертиза новизни товару — оцінювання найсуттєвіших споживчих властивостей товару за відповідною шкалою (ступенями) новизни. Такими рівнями доцільно вважати: зміну зовнішнього оформлення товару без зміни його споживчих властивостей; часткову зміну споживчих властивостей за рахунок поліпшення основних характеристик товару, але без принципових змін технології його виготовлення; принципову зміну споживчих властивостей, які вносять суттєві зміни у спосіб задоволення відповідної потреби споживача; появу товару, що не має аналогів. Даний вид експертизи органічно пов'язаний з експертизою споживчих властивостей товару і вимагає досконалого знання номенклатури та методів оцінювання споживчих властивостей.

Експертиза походження товару — передбачає підтвердження (заперечення) чи встановлення географічного місця виготовлення товару (країни, регіону) та способу виготовлення товару (кустарне, фабричне). Експертне дослідження передбачає розшифровку маркування, що нанесене, на товар, тару, а для товарів, маркування яких відсутнє або викликає сумнів (неправдиве) — застосування знань особливостей вихідних матеріалів, способів виготовлення, конструкції та оздоблення виробів, які характерні конкретним виробникам чи виробникам певних регіонів. Для підвищення об'єктивності експертного висновку у такому дослідженні експерт використовує товарні каталоги та зразки-еталони товарів відомого походження. Певні особливості має експертиза походження товарів, на які видані сертифікати походження, передбачені нормативними документами в галузі зовнішньоекономічної діяльності (сертифікати загальної форми, форми А, форми СТ-1, текстильний сертифікат). Така експертиза здійснюється у порядку, передбаченому Правилами видачі відповідних сертифікатів.

Експертиза нормативної бази на товар — аудит (перевірка) нормативної документації на товар. Оскільки найпоширенішим сучасним нормативним документом на товари є стандарт, то аудит нормативної бази на товари, насамперед, повинен спрямовуватися на дослідження стандартів. Базовими об'єктами експертизи повинні бути міжнародні стандарти, національні стандарти розвинутих країн, які постачають на світовий ринок конкурентоспроможну продукцію, та рекомендовані нормативи, які пропонуються сучасною наукою, практичним досвідом та потребами конкретних споживачів. Товарознавча експертиза нормативних документів повинна розглядатися як необхідна умова та незаперечна підстава об'єктивності подальших товарознавчих експертиз.

Ідентифікація товару — встановлення видової назви товару, назви різновиду чи просто найменування товару. Така експертиза повинна бути спрямована на встановлення узаконених (стандартизованих) означень чи тлумачення назви (найменування), яке внесене у відповідні нормативні документи. Такими документами найчастіше є стандарти на терміни і визначення, товарні словники, пояснення до товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності.

Експертиза рівня якості товару та ступеня пониження рівня якості стосується різних стадій життєвого циклу товару: проектування, виготовлення, транспортування, зберігання, експлуатації. Вона вимагає досконалого знання вимог нормативних документів щодо проектування, виготовлення конкретних видів, а також дефектів, які можуть виникати на різних стадіях життєвого циклу товару. Експерт повинен знайти, ідентифікувати, словесно визначити будь-який дефект та оцінити ступінь його впливу на рівень якості товару, а також встановити ступінь пониження рівня якості товару через наявні дефекти.

Експертиза відповідності коду товару ТН ЗЕД передбачає глибоке знання відповідних Правил кодування, особливостей кодування виробів окремих товарних груп та досконалого знання об'єктів кодування (товарів). Здійснюється у відповідності з методикою проведення експертизи товару на його відповідність коду ТН ЗЕД, затвердженого Торгово-промисловою палатою України. Мотивований висновок експерта складається відповідно до вимог Правил ідентифікації.

Експертиза відповідності товару певній системі сертифікації — експертиза товару, що підлягає обов'язковій сертифікації, такого, що пройшов сертифікацію, вимогам цієї системи сертифікації здійснюється шляхом проведення лабораторних досліджень, обов'язкових для цієї системи сертифікації, показників властивостей товару та співставлення результатів цих лабораторних досліджень з вимогами нормативних документів, на яких базується відповідна система сертифікації.

Експертиза оптимальності структури асортименту — дослідження номенклатури асортименту на рівні споживчих комплексів, видів та різновидів товару з метою виявлення фактичного (передбачуваного) задоволення потреб споживачів. Вона здійснюється з урахуванням сегментації споживачів даного регіону за їх типологією, соціальним станом, рівнем прибутків, сезонністю та іншими факторами. Крім цього, враховуються: наявність запасів товарів у торговому підприємстві, швидкість їх обертання, раціональні норми споживання, фактори соціального (морального) старіння товарів.

Експертиза конкурентоспроможності товару полягає у формуванні номенклатури найсуттєвіших показників якості товару, їх подальшому оцінюванні та виведенні на основі отриманих оцінок інтегрованого показника конкурентоспроможності. Цей вид експертизи є логічним завершенням експертизи оцінки рівня якості товару.

Порядок проведення товарознавчої експертизи.

Порядок проведення товарознавчої експертизи включає в себе традиційні для подібних експертиз етапи:

1. Визначення предмета дослідження та формулювання запитань, на які належить відповісти судовому експерту-товарознавцю.
2. Досконале вивчення всіх документів, що відносяться до об'єкта дослідження товарознавчої експертизи.

3. Безпосередній аналіз об'єкта дослідження, що включає візуальний огляд виробу та проведення специфічних оціночних заходів.

4. Оформлення експертного висновку в письмовому вигляді за підписом судового експерта, який проводив товарознавчу експертизу. В експертний висновок вноситься опис усіх проведених експертних заходів, письмові висновки експерта, його відповіді на поставлені питання, рекомендації (за необхідності). До висновку прикріплюються копії всіх документів, вивчених в процесі дослідження. Експертний висновок носить доказовий характер при використанні його в процесі судового розгляду.

Ветеринарно-санітарна експертиза.

Питання здійснення ветеринарно-санітарної експертизи регулюються наказом Про затвердження Правил передзабійного ветеринарного огляду тварин і ветеринарно-санітарної експертизи м'яса та м'ясних продуктів N 28 від 07.06.2002

Ветеринарно-санітарна експертиза являє собою комплекс діагностичних і спеціальних досліджень з метою оцінки якості і безпечності сировини тваринного і рослинного походження, харчових продуктів, що призначаються для харчування людей, переробки і годівлі тварин.

Основним завданням ветеринарно-санітарної експертизи є попередження інфекційних та інвазійних хвороб людей, характерних для тварин, збудники яких передаються через харчові продукти, кормові і технічні продукти тваринного і рослинного походження.

Ветеринарно-санітарну експертизу проводять з метою:

- виявлення і попередження розповсюдження хвороб, зазначених вище наказом;
- попередження появи нових хвороб, небезпечних для людей і тварин;
- захисту населення від вживання продуктів, які можуть бути шкідливими внаслідок:
- щеплення тварин вакцинами від ящуру, а також тих, що лікувалися від сибірки;
- лікування тварин антибіотиками з лікувальною і профілактичною метою;
- застосування гормональних препаратів для прискорення росту;
- виявлення постраждалих від поширених заразних і незаразних хвороб;
- арантування безпечності сировини і продуктів харчування тваринного походження;
- захисту території України від занесення інфекційних, інвазійних хвороб з іноземних держав.

До компетенції ветеринарно-санітарної експертизи належать такі питання, як гігієна забою тварин і переробка отриманих від них продуктів, після забійна експертиза туш і органів, лабораторне дослідження продуктів тваринного і рослинного походження, ветеринарно-санітарна оцінка м'яса, молока, риби і продуктів їх переробки, методи знезаражування умовно придатних і непридатних до харчування продуктів, експертиза дичини, проведення досліджень з метою сертифікації.

Об'єктами ветеринарно-санітарної експертизи є продовольча, шкіряна, хутрова та інша сировина, а також харчові продукти тваринного і деякі рослинного походження.

Ветеринарно-санітарна експертиза проводиться як перед забійний огляд тварин і птиці:

- туш і органів тварин і птиці;
- а також продуктів тваринництва та сировини тваринного і рослинного походження на ринках.

Ветеринарно-санітарна експертиза може проводитися окремо або бути частиною товарознавчої експертизи.

Забороняється реалізація і використання для харчових цілей м'яса, м'ясних продуктів, інших продуктів забою тварин, а також молока, молочних продуктів, яєць, інших продуктів, які не пройшли ветеринарно-санітарну експертизу.

Молоко, молочні продукти, яйця, мед допускаються до продажу тільки з господарств, благополучних щодо хвороб тварин та птиці, що повинно бути підтверджене відповідними ветеринарними документами.

До ввезення в Україну допускаються тільки здорові тварини, а також продукти тваринництва, отримані від здорових тварин з країн, благополучних щодо хвороб тварин та птиці, з дотриманням вимог ветеринарного законодавства України і умов, передбачених міжнародними угодами.

Для попередження занесення заразних хвороб з іноземних держав на Державному кордоні України створено прикордонні і транспортні пункти державного ветеринарного контролю.

Під час проведення експертизи органи і туші детально оглядають, ощупують і розрізають тканини з метою дослідження.

Забій хворих тварин проводиться окремо від здорових. Інфекційні захворювання тварин відповідно до їх небезпеки для людей поділяють на дві групи: інфекційні захворювання, які передаються через м'ясо та інші продукти забою (сибірка, туберкульоз, ящур, лептоспіроз, бруцельоз, лістеріоз, лихоманка, туляремія); інфекційні захворювання, які не передаються через м'ясо і м'ясопродукти, але трапляються у людини (актитомікоз, ботріомікоз, злоякісний набряк, псевдотуберкульоз, правець).

Проведення ветеринарно-санітарної експертизи продуктів забою при інфекційних захворюваннях має загальну схему, суворе дотримання якої дає можливість виявити в процесі забою хворих тварин.

Після встановлення діагнозу і проведення експертизи експерт дає ветеринарно-санітарну оцінку м'яса й інших продуктів забою і робить чіткий висновок про їх використання. На продукти забою видається, на основі результатів перед забійного огляду тварин, довідка, в якій показано, що продукція походить з місцевості, безпечної по гострозаразних хворобах. На тушах, які пройшли огляд, ставиться клеймо. При вивозі м'яса за межі адміністративного району власник зобов'язаний пред'явити не довідку, а ветеринарне свідоцтво.

Молоко і молочні продукти досліджуються в лабораторії органолептичним методом на чистоту, густину і кислотність. Окрім того визначають жирність, бактеріальне обсіменіння. У підозрілих випадках проводять додаткові дослідження молока на бруцельоз, на пастеризацію, на стафілококовий токсин, на фальсифікацію. На ринках дозволяється реалізація молока і молочних продуктів тільки від здорових тварин, органолептичні і фізико-хімічні показники повинні відповідати вимогам нормативної документації, за бактеріальним обсіменінням не нижче другого класу.

Забороняється реалізація молока і молочних продуктів з визначеними фальсифікаціями (зняття жиру, додавання води, крохмалю, соди тощо) і отриманих від корів протягом семи діб після отелення і останніх семи діб до закінчення лактації. При товарознавчій оцінці м'яса визначають його термічний стан, вік, стать тварин, вгодованість, якість, свіжість.

М'ясо, яке випускається в реалізацію або поступає в холодильник на тривале зберігання, повинно бути зачищене від згустків крові, м'ясної бахроми, забруднень з внутрішньої і зовнішньої сторін; на свинячих тушах не повинно бути залишків щетини.

Результати ветеринарно-санітарної експертизи оформляються у вигляді довідок (на ринках) або ветеринарного свідоцтва. Свідоцтво може бути використане при проведенні товарознавчої експертизи і для оформлення й видачі сертифіката відповідності.

Питання для самоконтролю:

1. Що являє собою поняття «безпека продукції»?
2. Якою є загальна вимога щодо безпечності продукції?
3. В чому полягають права споживача на безпеку продукції?
4. Як реалізуються права споживача на безпеку продукції?
5. Назвіть права та обов'язки виробника (продавця) щодо забезпечення права споживача на безпеку продукції.
6. Які є вимоги щодо виробництва та обігу харчових продуктів?
7. Які є вимоги щодо виробництва та обігу не харчових продуктів?
8. Поясніть, яким вимогам має відповідати маркування продукції?

9. Як здійснюється виробництво та обіг новітнього харчового продукту?
10. Як відбувається вилучення з обігу неякісної продукції?
11. Який порядок відкликання продукції з обігу?
12. Які вам відомі стандарти, технічні умови щодо продукції.
13. Коли і як здійснення експертиза продуктів тваринного і рослинного походження.
14. Назвіть обов'язки виробників щодо забезпечення безпечності нехарчових продуктів.
15. Назвіть обов'язки розповсюджувачів щодо забезпечення безпечності нехарчових продуктів.
16. Як забезпечується доступ до інформації у сфері забезпечення безпечності продукції?
17. Охарактеризуйте стандарти, технічні умови щодо продукції.
18. Окресліть здійснення ветеринарно-санітарної експертизи продуктів тваринного і рослинного походження.
19. Яка мета здійснення ветеринарно-санітарної експертизи продуктів тваринного і рослинного походження.
20. Що є об'єктами ветеринарно-санітарної експертизи?

Рекомендована література:

Нормативно-правові акти

1. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР (у редакції від 30.09.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254k/96-вр>
2. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1024- XII (у редакції відвід 10.06.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
3. Про загальну безпечність нехарчової продукції: Закон України від 02.12.2010 р. №2736-VI (у редакції від 10.02.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2736-17>
4. Про молоко та молочні продукти: Закон України від 24.06.2004 р. № 1870-IV (у редакції від 05.04.2015 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1870-15>
5. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 23.12.1997 р. №771/97 ВР (у редакції від 04.04.2018 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>
6. Про технічні регламенти та оцінку відповідності: Закон України від 15.01.2015 р. №124-VIII (у редакції від 15.01.2015 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-19>
7. Цивільний кодекс України від 16.03.2003 р. (у редакції від 19.07.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
8. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV (у редакції від 08.12.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
9. Технічний регламент надання послуг з перевезення пасажирів та вантажів залізничним транспортом: затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 01.03.2010 р. № 193 (у редакції від 18.03.2013 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/193-2010-%D0%BF>
10. Про недобросовісну комерційну практику по відношенню до споживачів на внутрішньому ринку: Директива № 2005/29/ЄС Європейського парламенту і Ради ЄС від 11.05.2005 р. (поточна редакція) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/994_b43

Додаткова література

1. Болотніков А. О. Стандартизація та сертифікація товарів та послуг: навч. посібник / А. О. Болотніков. – К.: МАУП, 2005. – 144 с. 2. Добровольська В. В. Правові засади стандартизації та сертифікації в Україні / В. В. Добровольська // Актуальні проблеми держави і права: збірник наукових праць; редкол.: С. В. Ківалов. – О.: Юридична література, 2012. – Вип. 38. – 340 с.
2. Загуменна О. В. Роль стандартизації у підвищенні якості продукції / О. В. Загуменна // Актуальні проблеми сучасної науки в дослідженнях молодих учених: збірка наукових праць. – Х.: Вид-во Харківського нац. ун-ту внутр. справ, 2016. – 244 с. 4.
3. Зайцева Л. О. Якість продукції – необхідна передумова конкурентоспроможності підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2020. – № 9. – С. 196–200. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/are_2014_9_25.
4. Зільник Н. М. Про технічні регламенти як нормативні документи із стандартизації / Н. М. Зільник // Митна справа. – Львів, 2015. – № 5 (101). – Ч. 2. – С. 146–151.
5. Зільник Н. М. Стандартизація як ефективний правовий засіб забезпечення якості продукції, товарів, робіт та послуг / Н. М. Зільник // Розвиток правової системи України в умовах сьогодення: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (Донецьк, 16–17 лютого 2013 р.). – Д.: Східноукраїнська наукова юридична організація, 2013. – С. 87–88.
6. Зільник Н. М. Поняття сертифікації – засобу безпосереднього адміністративного впливу на підприємницьку діяльність / Н. М. Зільник // Захист прав і свобод людини та громадянина в умовах формування правової держави: зб. тез II Всеукр. наук.-практ. конф. (Львів, 12 червня 2013 р.). – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. – С. 92–93.
7. Іваненко Л. М., Язвінська О. М. Захист прав споживачів: підручник. Київ: Юрінком Інтер, 2014. 496 с.
8. Ковалів М. В. Державно-правовий механізм забезпечення національної безпеки / М. В. Ковалів, В. О. Іваха // Наук. вісник Льв. держ. ун-ту внутр. справ. – 2015. – № 4. – С. 162–169.
9. Король С. А. Показники якості продукції та методи їх оцінювання / С. А. Король // Держава та регіони. Сер. : Економіка та підприємництво. – 2013. – № 2. – С. 140–150.
10. Куйбіда М. С. Удосконалення управління якістю на підприємствах та організаціях: монографія / М. С. Куйбіда. – Рівне: ПП ДМ, 2011. – 160 с.
11. Луценко Д. Нове законодавство України у сфері технічного регулювання та його перспективи в контексті Угоди про асоціацію з ЄС / Д. Луценко // Програма підтримки галузевої політики «Сприяння взаємній торгівлі шляхом усунення технічних бар'єрів у торгівлі між Україною та Європейським Союзом». – 2015. – 12 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/8a1ff44881af4941f4db96e3c343e6e9.pdf>
12. Мельник Н. В. Сутність законних інтересів громадян України в галузі стандартизації, якості продукції, метрології та сертифікації // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – 2011. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: journal.lvduvs.edu.ua/visnyku/nvsv
13. Остапенко О. І. Стандартизація, якість продукції, метрологія, сертифікація в системі адміністративного права: навч. посіб. / О. І. Остапенко, Л. І. Сопільник. – Львів: Льв. ун-т бізнесу та права, 2011. – 124 с.
14. Орехов С. М. Адміністративно правове регулювання в галузі стандартизації, якості продукції, метрології і сертифікації: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.07 «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право / С. М. Орехов. – К., 2011. – 20 с.
15. Поліщук О. Ю. Законодавче визначення критеріїв якості товарів (робіт, послуг) / О. Ю. Поліщук // Зб. тез наук. робіт учасників I Всеукраїнської цивілістичної наукової конференції студентів та аспірантів / упорядн. Денисюк В. В., Степановський О. Є., Чанишева А. Р., Матійко М. В.; ОНЮА. — Одеса : Фенікс, 2006. — С. 116–118.
16. Тарасова В. В. Метрологія, стандартизація і сертифікація: підручник / за заг. ред. В. В. Тарасової. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 264 с

17. Черняк О. Ю. Особливості правового регулювання права споживача на безпеку продукції / О. Ю. Черняк // Проблеми цивільного права та процесу : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті професора О. А. Пушкіна (23 травня 2019 року). — Х. : Вид-во ХНУВС, 2009. — С. 220–222.

ЛЕКЦІЯ №5

ТЕМА: ПРАВО СПОЖИВАЧА НА ІНФОРМАЦІЮ ПРО ПРОДУКЦІЮ

Мета: ознайомити студентів із правом споживача на інформацію.

План.

1. Поняття права споживача на інформацію про продукцію.
2. Складові категорії «інформація про продукцію».
3. Особливості інформації щодо окремих видів продукції.
4. Доведення інформації до споживача.
5. Зміст обов'язку виробника (продавця) щодо надання інформації.

1. Поняття права споживача на інформацію про продукцію.

Право на отримання інформації є одним із основоположних прав людини і громадянина, особистим природним правом кожного, у тому числі й споживача. Відповідно до статті 50 Конституції України «...кожному гарантується право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення. Така інформація ніким не може бути засекречена

Питанням реалізації прав споживачів на інформацію про продукцію присвячено наукові праці О.М.Готіної, Л. М. Іваненко, Т.О.Кагала, О. М. Язвінської, І. В. Шебулдаєва, І. О. Дудли, М. І. Хавронюк, М. І. Мельник, Т. В. Меланчук О.П.Письменної тощо.

Право споживача на інформацію знайшло законодавче закріплення ще в Статуті Великого князівства Литовського 1588 р., що був протягом 250 років діючим законом на території Білорусі, Литви й України. У Статуті, зокрема, передбачалося право споживача на достовірну інформацію про ціну товару. Так, артикул 1 говорить: «А ціна табуна князівському, панському і землянському така повинна бути: за жеребця - вісім коп грошів, за кобилу -чотири копи грошів. Артикул 9 установлює ціну на хліб, сіно і городні культури: жита копиця і пшениці по 20 грошів, бочка жита і копиця льону по 24 гроша, вівса копиця - 8 грошів» і т.д.

У статті 4 Закону України «Про захист прав споживачів» встановлено, що право на необхідну, доступну і достовірну інформацію про кількість, якість і асортимент товарів, є невід'ємним правом будь-якого споживача, який знаходиться на території України.

Згідно зі статтею 1 Закону України «Про інформацію» інформація – це будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді. За змістом її поділяють на такі види: інформація про фізичну особу; інформація довідково-енциклопедичного характеру; інформація про стан довкілля (екологічна інформація); інформація про товар (роботу, послугу); науково-технічна інформація; податкова інформація; правова інформація; статистична інформація; соціологічна інформація; інші види інформації.

Відповідно до статті 14 Закону України «Про інформацію» інформація про товар (роботу, послугу) – це відомості та/або дані, які розкривають кількісні, якісні та інші характеристики товару (роботи, послуги).

Правовий режим інформації про товар(роботу, послугу) визначається законами України про захист прав споживачів, про рекламу, іншими законами та міжнародними договорами України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України

Відповідно до ст.15 Закону України “Про захист прав споживачів” споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про

продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору. Інформація повинна бути надана споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги). Інформація про продукцію не вважається рекламою.

Майже таке саме формулювання права споживача на отримання інформації визначає і Цивільний кодекс України. У статті 700 ЦК зазначається, що «...продавець зобов'язаний надати покупцеві необхідну і достовірну інформацію про товар, що пропонується до продажу. Інформація має відповідати вимогам закону та правилам роздрібною торгівлі щодо її змісту і способів надання»

Реклама – це інформація для споживачів, тому до неї застосовуються всі правила, що стосуються інформації та відповідальності за надання неналежної інформації, закріплені у Законі України “Про захист прав споживачів”. Реклама, з однієї сторони, - це певний вид інформації, з іншої – система заходів, спрямованих на розширення об'єктивної інформації про властивості промислових виробів, товарів та послуг.

Інформація доводиться до відома споживачів виробником (продавцем) у технічній документації, що додається до товарів, на етикетці, а також маркуванням чи іншим способом, прийнятним для окремих видів товарів.

Споживачі під час придбання, замовлення або використання продукції, що її реалізують на території України, для задоволення своїх особистих потреб мають право на необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця). Проте ані ЦК, ані Закон України «Про захист прав споживачів» не визначає, яку саме інформацію вважають необхідною, яку достовірною, доступною, а яку – своєчасною. Хоча стаття 1 Закону України «Про захист прав споживачів» передбачає самі поняття, але вона не роз'яснює їх конкретно споживачу. Зважаючи на те, що споживачі – непрофесіонали у комерційній сфері, не мають спеціальних знань, що допомагають їм зробити компетентний вибір продукції, постає потреба законодавчого тлумачення таких понять, як «необхідна інформація», «доступна інформація», «достовірна інформація» та «своєчасна інформація» про продукцію.

2.Складові категорії “інформація” про продукцію.

Інформацію про товари (послуги) і їхні якості можна поділити на дві групи: 1) інформація, яка містить загальні вимоги до товару (стаття 15 Закону України «Про захист прав споживачів»); 2) інформація, яка містить спеціальні вимоги до окремих видів товарів (робіт, послуг) (Правила продажу продовольчих товарів, Правила роздрібною торгівлі тютюновими виробами, Правила роздрібною торгівлі алкогольними напоями тощо).

Відповідно до ст. 15 Закону України “Про захист прав споживачів” до загальної інформації відноситься:

- 1) назву товару, найменування або відтворення знака для товарів і послуг, 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, в 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;
- 4) відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин, які встановлені нормативно-правовими актами, та застереження щодо застосування окремої продукції, якщо такі застереження встановлені нормативно-правовими актами;
- 5) позначку про наявність у її складі генетично модифікованих компонентів;
- 6) дані про ціну (тариф), умови та правила придбання продукції;
- 7) дату виготовлення;
- 8) відомості про умови зберігання;
- 9) гарантійні зобов'язання виробника (виконавця);
- 10) правила та умови ефективного і безпечного використання продукції;

11) строк придатності (строк служби) товару (наслідків роботи), 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) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

Спеціальна інформація про продукцію містить наступні відомості:

1) відносно продуктів харчування: маса (обсяг); складові, включаючи перелік використаних у процесі виготовлення інших продуктів харчування, харчових добавок, барвників і т.п.; калорійність; зміст шкідливих для здоров'я речовин, у порівнянні з обов'язковими вимогами нормативних документів; протипоказання до застосування й інші;

2) відносно алкогольних напоїв: загальна і власна назва виробу; товарний знак; міцність і зміст цукру; ємність; код підприємства, номер ліцензії на виробництво тощо;

3) відносно тютюнових виробів: найменування загальне і спеціальне; наявність фільтруючого мундштука; кількість одиниць у пачці; попередження про шкідливість для здоров'я тощо.

Серед іншої обов'язкової інформації, яка повинна надаватися споживачеві, можна виділити:

1) інформацію про товари (послуги), які підлягають технічним регламентам (тобто повинна надаватися інформація про оцінку відповідності);

2) інформацію про товари (послуги), що за певних умов можуть становити небезпеку для життя, здоров'я споживача і його майна (тобто виготовлювач зобов'язаний довести до відома споживача інформацію про такі товари і можливі наслідки їхнього впливу).

Уся інформація про товари (послуги) доводиться 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. Крім того, продукти харчування, упаковані або розфасовані в Україні, повинні мати інформацію про місце їхнього походження (стаття 15 Закону України «Про захист прав споживачів»).

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.

3. Особливості інформації щодо окремих видів продукції.

Вимоги щодо обсягу інформації про окремі види товарів (робіт, послуг) містяться в нормативно-правових актах. Так, Відповідно до Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» забороняється обіг харчових продуктів, етикетування яких не відповідає законодавству та відповідним технічним регламентам. Усі харчові продукти, що перебувають в обороті в Україні, етикетуються державною мовою України та містять у доступній для сприймання споживачем формі інформацію про: назву харчового продукту; назву та повну адресу і телефон виробника, адресу потужностей (об'єкта) виробництва, а для імпортованих харчових продуктів – назву, повну адресу і телефон імпортера; кількість нетто харчового продукту у встановлених одиницях виміру (вага, об'єм або поштучно); склад харчового продукту у порядку переваги складників, у тому числі харчових добавок та ароматизаторів, що використовувались у його виробництві; калорійність та поживну цінність із вказівкою на кількість білка, вуглеводів та жирів у встановлених одиницях виміру на 100 грамів харчового продукту; кінцеву дату споживання «Вжити до» або дату виробництва та строк придатності; номер партії виробництва; умови зберігання та використання, якщо харчовий продукт потребує певних умов зберігання та використання для забезпечення його безпечності та якості; застереження щодо споживання харчового продукту певними категоріями населення (дітьми, вагітними жінками, літніми

людьми, спортсменами та особами, які страждають на алергію), якщо такий продукт може негативно впливати на їх здоров'я при його споживанні.

Відповідно до ст. 6 Закону України «Про загальну безпечність нехарчової продукції» інформація щодо продукції, яка становить або може становити ризик, одержана органами державного ринкового нагляду у зв'язку із здійсненням ними своїх повноважень, є доступною для громадськості. Доступ до такої інформації забезпечується відповідно до законодавства про інформацію. Громадськість має доступ, зокрема, до інформації:

1) що дає змогу ідентифікувати відповідну продукцію та осіб, які є її виробниками, імпортерами, розповсюджувачами;

2) про безпечність продукції, у тому числі про характер ризиків, пов'язаних зі споживанням (користуванням) відповідної продукції, та заходи, яких необхідно вжити споживачам (користувачам) для запобігання таким ризикам;

3) про заходи, вжиті, у тому числі суб'єктами господарювання за власною ініціативою, з метою запобігання ризикам, які становить продукція, характер і тривалість таких заходів.

Відповідно до ст.9 цього ж Закону розповсюджувачі зобов'язані:

1) надавати споживачам (користувачам), а також виробникам, розповсюджувачам у ланцюгу постачання відповідної продукції інформацію про ризики, які становить ця продукція;

2) надавати відповідному органу державного ринкового нагляду та іншим заінтересованим особам інформацію, необхідну для відстеження походження відповідної продукції;

3) не постачати продукцію, про яку їм відомо або має бути відомо на підставі наявної в них інформації, що ця продукція не відповідає вимогам щодо забезпечення безпечності продукції;

5) якщо їм стало відомо або має бути відомо на підставі наявної в них інформації, що продукція, яку вони розповсюдили, становить ризики для споживачів (користувачів), несумісні із загальною вимогою щодо безпечності продукції, негайно повідомляти про це відповідний орган державного ринкового нагляду, в тому числі про вжиті заходи із забезпечення безпечності такої продукції;

Відповідно до ст.15 Закону України «Про захист прав споживачів» інформація про послуги, пов'язані з концертною, гастрольно-концертною, конкурсною, фестивальною діяльністю, повинна містити дані про використання чи невикористання виконавцями музичних творів фонограм власного вокального, інструментального, вокально-інструментального виконання музичного твору з музичним супроводом або без нього чи фонограм музичного супроводу до власного вокального, інструментального, вокально-інструментального виконання музичного твору.

Продавець (виконавець), який реалізує продукцію, повинен обов'язково зазначити ціну кожної одиниці такої продукції або однієї категорії продукції та ціну однієї стандартної одиниці цієї продукції. Написи щодо ціни реалізації продукції мають бути чіткими і простими для розуміння. Ціна продукції повинна включати в себе всі податки та неподаткові обов'язкові платежі, які відповідно до законодавства сплачуються споживачем під час придбання відповідної продукції. На аукціонних торгах споживачам повинна повідомлятися стартова ціна продажу відповідного товару.

Ціна товару зазначається за одну упаковку такого товару, а якщо товар поставляється без упаковки - за одиницю вимірювання, яка звичайно застосовується до такого товару. У разі коли за одну ціну пропонується кілька товарів, робіт або послуг чи їх поєднання або якщо продавець (виконавець) надає споживачеві при реалізації однієї продукції право одержати іншу продукцію за зниженою ціною, до споживача доводиться інформація щодо:

1) змісту та вартості пропозиції та у разі пропонування товарів, робіт або послуг за одну ціну - ціни таких товарів, робіт або послуг, взятих окремо;

2) умови прийняття пропозиції, зокрема строку її дії та будь-яких обмежень, включаючи обмеження щодо кількості.

Вживання понять "знижка" або "зменшена ціна" або будь-яких інших, аналогічних за значенням, дозволяється лише з додержанням таких умов:

- 1) якщо вони застосовуються до продукції, яку безпосередньо реалізує суб'єкт господарювання;
- 2) якщо такого роду знижка або зменшення ціни застосовується протягом визначеного та обмеженого періоду часу;
- 3) якщо ціна продукції є нижчою від її звичайної ціни.

Вживання поняття "розпродаж" або будь-яких інших, аналогічних йому, дозволяється лише з додержанням таких умов:

- 1) якщо здійснюється розпродаж усіх товарів у межах певного місця або чітко визначеної групи товарів;
- 2) якщо тривалість розпродажу обмежено в часі;
- 3) якщо ціни товарів, що підлягають розпродажу, є меншими від їх звичайної ціни.

Після публічного повідомлення про початок проведення розпродажу, застосування знижок або зменшення ціни до споживачів повинна доводитися інформація про ціну продукції, що була встановлена до початку проведення відповідного розпродажу, застосування знижок або зменшення ціни, а також ціну цієї ж продукції, встановлену після їх початку.

4. Доведення інформації про продукцію до споживача.

Відповідно до ст.15 Закону України «Про захист прав споживачів» інформація про продукцію доводиться до відома споживачів виробником (виконавцем, продавцем) у супровідній документації, що додається до продукції, на етикетці, а також у маркуванні чи іншим способом (у доступній наочній формі), прийнятим для окремих видів продукції або в окремих сферах обслуговування. Інформація про продукцію може бути розміщена у місцях, де вона реалізується, а також за згодою споживача доводиться до нього за допомогою засобів дистанційного зв'язку.

Маркування - це текст, умовні позначення або малюнок, нанесені на упаковку і (або) товар, а також інші допоміжні засоби, призначені для ідентифікації товару або окремих його властивостей, доведення до споживача інформації про виробників (виконавця кількісних і якісних характеристиках товару).

Основні функції маркування - інформаційна; ідентифікуюча, мотиваційна. Інформаційна функція маркування, будучи одним із засобів товарної інформації, є основною. Інформація на маркуванні дублює той же вид інформації у товаросупровідних документах. Розбіжність даних основоположною інформації може бути наслідком фальсифікації товарів. Необхідність такого дублювання обумовлена спільністю ідентифікуючої функції маркування і товаросупровідної документації. Однак на відміну від товаросупровідної документації маркування призначена для всіх суб'єктів комерційної діяльності, а для основної маси споживачів є практично єдиною доступним засобом товарної інформації. Тому у маркуванні питома вага комерційної інформації значно менше.

Ідентифікуюча функція маркування надзвичайно важлива, тому забезпечує простежуваність товарних партій на всіх етапах руху товару. Емоційна і мотиваційна функції маркування взаємозв'язані. Гарно оформлена маркування, що пояснюють тексти, застосування загальноприйнятих символів викликають у споживача позитивні емоції і служать важливою мотивацією для прийняття рішення про покупку товару.

Маркування повинна відповідати вимогам стандартів, інших нормативних документів. Вимоги до виробничої маркуванні встановлюються в основному стандартами на маркування і упаковку, а також загальнотехнічними умовами стандартів на продукцію.

Так, відповідно до наказу від 28.10.2010 N 487 Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики Про затвердження Технічного регламенту щодо правил маркуванні харчових продуктів Маркування харчових продуктів виконується українською

мовою, а у разі необхідності додатково може бути нанесене також іншими мовами.

Інформацію про часові характеристики придатності харчового продукту у його маркуванні зазначають одним із таких способів: кінцева дата споживання; дата виробництва та строк придатності. Зазначення інформації про часові характеристики придатності харчового продукту у його маркуванні не обов'язкове для: свіжих фруктів, ягід і овочів, картоплі, які не очищені від шкірки, не нарізані або не оброблені жодним способом (за винятком зародків насіння і стручкових плодів (наприклад, пагонів бобових)); оцту; кухонної солі, окрім йодованої; цукру у твердій формі; безалкогольних напоїв, фруктових соків, фруктових нектарів в окремих місткостях ємністю більше ніж 5 л, які постачаються виключно закладам ресторанного господарства; хлібобулочних або кондитерських виробів, які виходячи з характеру їхньої начинки звичайно споживаються протягом 24-х годин після виготовлення; кондитерських виробів, що складаються майже цілком з ароматизованого цукру та цукру, обробленого за допомогою барвників, які постачаються виключно закладам ресторанного господарства; жувальних гумок; м'якого морозива, яке виготовляється в закладах ресторанного господарства і одразу ж реалізується.

Умови зберігання харчового продукту, що зазначаються в його маркуванні, повинні містити інформацію щодо умов, яких необхідно дотримуватись для того, щоб цей харчовий продукт зберігав свої властивості протягом зазначеного в його маркуванні строку придатності. Зазначені в маркуванні умови зберігання харчового продукту повинні враховувати особливості пакувальних матеріалів, зберігання і реалізації продукту.

Інформація щодо походження харчового продукту зазначається у його маркуванні позначенням назви місця його походження. Рекомендації з вживання або приготування харчових продуктів повинні містити інформацію щодо правильного застосування цього продукту так, щоб цей харчовий продукт був використаний його споживачем за призначенням.

Інформацію про поживну (харчову) цінність зазначають у маркуванні харчового продукту як кількісні відомості, призначені для інформування споживача про поживні властивості продукту та енергетичну цінність (калорійність). Маркування харчових продуктів та спосіб, яким його виконують, не повинні:

а) вводити в оману споживача стосовно: характеристик харчового продукту, зокрема його природи, ідентичності, властивостей, стану, складу, кількості, часових характеристик придатності (зберігання), походження, способу виробництва чи одержання; необґрунтованого зазначення інформації про властивості харчового продукту, яких у нього немає; повідомлення щодо особливих властивостей харчового продукту, хоча всі подібні продукти мають такі самі властивості;

б) містити інформацію щодо наявності у харчовому продукті (крім природних мінеральних вод та харчових продуктів, призначених для спеціального дієтичного споживання, функціональних харчових продуктів, дієтичних добавок) властивостей, які сприяють профілактиці, загоюванню та лікуванню будь-якого захворювання або посиляться на такі властивості.

Зазначені обмеження поширюються також на рекламу харчових продуктів, оформлення харчових продуктів, зокрема на їх форму, зовнішній вигляд або упаковку, використаний пакувальний матеріал та місце їх розміщення для продажу.

Вимоги до маркування харчових продуктів повинні забезпечувати надання споживачу необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про харчовий продукт. У маркуванні, оформленні, рекламуванні харчових продуктів забороняється використання будь-якої інформації, яка вводить в оману споживача або містить інформацію щодо властивостей харчового продукту, яких у нього немає.

Маркування харчових продуктів повинно містити таку обов'язкову інформацію: 1) назву харчового продукту; 2) склад харчового продукту; 3) кількість окремих інгредієнтів (класу інгредієнтів) для випадків, що визначені в пункті 18 Технічного регламенту; 4) кількість харчового продукту у встановлених одиницях виміру; 5) часові характеристики придатності харчового продукту; 6) умови зберігання, якщо харчовий продукт потребує особливих умов зберігання; 7) умови та рекомендації використання, якщо харчовий продукт потребує особливих умов використання; 8) найменування та місцезнаходження і номер телефону виробника або гарячої лінії, фактичну адресу потужностей (об'єкта) виробництва, а для імпортованих харчових продуктів - найменування та місцезнаходження і номер телефону імпортера; 9) найменування та місцезнаходження і номер телефону підприємства, яке здійснює функції щодо прийняття претензій від споживача, у разі якщо цим підприємством не є виробник; 10) номер партії виробництва; 11) інформацію про генетично модифіковані організми в складі харчового продукту (відповідно до чинного законодавства); 12) інформацію щодо місця походження для харчових продуктів, які лише упаковані або розфасовані в Україні, якщо відсутність такої інформації може ввести в оману споживача; 13) поживну (харчову) цінність із позначенням кількості білків, вуглеводів та жирів у встановлених одиницях виміру на 100 г (100 мл) харчового продукту та енергетичну цінність (калорійність) виражену в кДж та/або ккал на 100 г (100 мл) харчового продукту; 14) застереження щодо споживання харчового продукту певними категоріями споживачів (дітьми, вагітними жінками, літніми людьми, спортсменами та алергіками), якщо такий продукт може негативно впливати на їх здоров'я при його споживанні; 15) позначення знака для товарів і послуг, за яким харчовий продукт реалізується (за наявності). Крім того, маркування може містити рекомендації до застосування, якщо за їх відсутності споживач не зможе відповідним чином використовувати продукт харчування.

Отже, маркування - текст, умовні позначення або малюнок, нанесені виготовлювачем (виконавцем) на товар і (або) упаковку і (або) інші носії інформації.

Носіями виробничого маркування можуть бути:

1) етикетки - наносяться друкарським чи іншим способом на товар або упаковку. Крім того, вони можуть бути самостійним носієм інформації, який приклеюється або прикладається до товару. Наприклад, більшість упакованих у виробничих умовах продовольчих товарів мають на упаковці етикетку, на яку текст, малюнки та інша інформація нанесені друкарським способом. Етикетування консервних банок здійснюється шляхом приклеювання паперової етикетки або нанесення її літографським способом. Іноді етикетку наносять безпосередньо на товар (наприклад, так виробляють маркування на денці посуду, на електропобутових товарах).

Етикетки відрізняються значною інформаційною ємністю. Крім тексту, вони часто містять зображення, символи. З усіх носіїв маркування етикетка містить найбільш великі за кількістю характеризуються ознак відомості. Маркування на етикетках може містити пояснювальні тексти.

2) кольєретки - різновид етикеток, мають особливу форму, наклеюються на шийку пляшок. Кольєретки не несуть великий інформаційного навантаження, в основному їх призначення - естетичне оформлення пляшок. Застосовуються для пляшок з алкогольними, безалкогольними напоями та пивом разом з основною етикеткою, самостійного значення не

мають. На кольєретке можуть бути зазначені найменування напою, виготовлювач, рік виготовлення або інформаційні знаки. Іноді на кольєретках взагалі відсутня інформація;

3) вкладиші - це різновид етикеток, відрізняються від них спрямованістю товарної інформації, призначені для повідомлення коротких відомостей про найменування товару, виробнику (містять найменування організації, номер зміни). Іноді вкладиші можуть містити коротку характеристику споживчих властивостей товару, в першу чергу - функціонального призначення. Тоді вкладиш набуває додаткові функції - рекламного листка або проспекту, але на відміну від них рекламна функція вкладиша не є основною, а реалізується через характеристику товару. Такі вкладиші часто зустрічаються в упаковці різних косметичних засобів. Найбільш часто застосовують вкладиші для кондитерських виробів: цукерок, печива, пряників в коробках; для парфюмерно-косметичних та лікарських засобів; товарів побутової хімії;

4) бирки - носії маркування, які приклеюються, прикладаються або підвішуються до товару. Для них характерні менша інформаційна ємність, обмежений перелік відомостей, відсутність малюнків.

Бірки відрізняються від ярликів меншою інформативністю. Вони можуть бути дуже лаконічними, вказуючи тільки найменування або фабричну марку, або тільки назва фірми-виробника;

5) ярлики - це носії інформації, що містять найменування товару, фірми виробника, його адресу, сорт, ціну, дату випуску, а також ряд ідентифікують даних, таких як артикул виробу, номер моделі, розмір, дата випуску. Ярлик може містити фірмовий і товарний знаки, інші необхідні умовні позначення;

б) контрольні стрічки - це носії короткої дублюючої товарної інформації, виконуваної на невеликій стрічці і призначеної для контролю або відновлення відомостей про товар у разі втрати етикетки, бирки або ярлика. Вони можуть застосовуватися на додаток, рідше - натомість інших носіїв інформації. Особливістю контрольних стрічок є переважання цифрової або символічної інформації, мета якої - вказівка на артикул виробів, номера моделі, розміру, сорту, іноді артикулу тканин, експлуатаційних знаків та ін. Контрольні стрічки найбільш часто застосовуються для одяжно-взуттєвих товарів, причому у взуття відомості контрольної стрічки частіше наносяться на підкладку або внутрішню частину;

7) клейма і штампи - носії інформації, призначені для нанесення ідентифікуючих умовних позначень на товари, упаковку, етикетки за допомогою спеціальних пристосувань встановленої форми. Залежно від місця нанесення розрізняють клейма і штампи виробничі та торговельні; від призначення - ветеринарні, товарознавчі, карантинні та інші; від форми - овальні, прямокутні, квадратні, трикутні, ромбовидні.

Таврування та штампування як способи маркування застосовуються для окремих продовольчих і непродовольчих товарів. Для м'яса і м'ясопродуктів, включаючи субпродукти і жир-сирець, ветеринарне таврування є обов'язковим. Таврують м'ясні туші забійних тварин і тушки птиці. Штампи можуть бути нанесені на деще металевих консервних банок і металеві кришки скляних банок, упаковки з полімерних і комбінованих матеріалів для соків, напоїв, вина, молока та інших продуктів. Існує кілька способів таврування і штампування товарів і упаковок: нанесення клейма або штампу незмивною фарбою, дозволеної органами влади; випалювання електроклеймо; видавлювання штампів; вдвлювання пластмасових або казеїнових цифр, букв в продукт.

Найбільш поширений спосіб, який застосовується для більшості товарів, - нанесення клейма або штампу незмивною фарбою.

8) рельєфна маркування у вигляді видавлених букв, цифр, інших умовних позначень зустрічається на металевих консервних банках, рідше на кришках скляних банок. Крім того, цим способом маркують двигуни автомобілів, а також деякі товари складнотехнічних призначення. Рельєфна маркування зустрічається і на скляній упаковці (пляшки, банки), іноді на скляному посуді (наприклад, на денці гранчаків). Вдавлювання пластмасових або казеїнових цифр застосовується для маркування сирів.

До клеймам і штампам висувають такі вимоги: чіткість відбитків клейм; збереженість незалежно від зовнішніх впливів; безпеку застосовуваних способів таврування і штампування; збереження товарного вигляду продуктів і виробів, на які наносять клейма і штампи; дотримання встановлених правил таврування і штампування.

Торгове маркування - текст, умовні позначення або малюнок, нанесені виробником на товарні (або) касові чеки, пакування та (або) товар. Носіями торгової маркування служать цінники, товарні та касові чеки. На відміну від виробничої торгова маркування наноситься не на товар, а на зазначені носії або експлуатаційні документи.

Інша відмінність торгової маркування від виробничої полягає в тому, що її ідентифікує функція більшою мірою пов'язана із зазначенням даних про продавця, меншою - з інформацією про товар. Це обумовлено особливостями носіїв торгової маркування: невеликими розмірами, заповненням для кожного товару або покупки, великими витратами ручної праці на маркування, обмеженими технічними можливостями нанесення інформаційних даних. Завдяки ідентифікуючій функції торгова маркування служить підставою для пред'явлення претензій продавцеві у разі виявлення дефектів товарів і нанесення збитку споживачеві.

Касові чеки і цінники як носії торговельної інформації обов'язкові при реалізації всіх товарів в організаціях роздрібною та дрібнороздрібною торгівлі. Товарні чеки застосовуються тільки при продажу непродовольчих товарів, причому правилами встановлено обов'язковий порядок видачі разом з погашеним касовим чеком і товарного чека з позначенням номера (назви) магазину, дати покупки, артикулу, сорту, ціни тільки при покупці радіо-та електро побутових товарів. При продажу тканин, одягу і взуття покупцеві разом з товаром в обов'язковому порядку видаються касовий і товарний чеки з позначенням реквізитів підприємства, дати покупки, ціни.

5.Зміст обов'язку виробника (продавця) щодо надання інформації.

Зміст обов'язку щодо надання інформації споживачеві кореспондує праву споживача на одержання цієї інформації і містить в собі наступні елементи:

- 1) обов'язок надати інформацію стосовно виробника (виконавця) товару (роботи, послуги);
- 2) обов'язок застосувати передбачені законом способи доведення інформації до споживача;
- 3) обов'язок надати інформацію про товари (роботи, послуги).

Загальні вимоги щодо надання споживачу інформації наступні: інформація має бути необхідною, достовірною, повною і своєчасною. Необхідність інформації означає, що вона має бути повною, достатньою для того, щоб споживач зробив свій вибір, а недостовірною інформація - це по суті навмисне введення споживача в оману, що може мати негативні наслідки як на підставі норм загальної дії (ст.230 ЦК України), так і спеціальних, передбачених у п.п. 4-6 ст. 15 Закону України „Про захист прав споживачів”. Достовірність інформації - це відповідність її тим відомостям, які складають її зміст стосовно товару (роботи, послуги), дійсності. Інформацію необхідно надати споживачу своєчасно, тобто до набуття ним товару або замовлення роботи, послуги.

Необхідна інформація. Під терміном «необхідна інформація про продукцію» розуміють її повноту. Законодавство стверджує, що у споживача немає достатніх знань про продукцію, яку він бажає придбати.

Продавець (виробник, виконавець) має бути професіоналом, який має знати про продукцію все – від складу до утилізації. Тому саме продавець має надати споживачеві інформацію в такому обсязі, щоб той чітко знав про властивості продукції, її якість, безпечність, правила користування та міг завдяки цим відомостям зробити компетентний вибір потрібної і придатної для себе продукції.

Наявність у споживача права вимагати надання зазначеної інформації означає одночасно обов'язок продавця надати її. Невиконання цього обов'язку передбачає

відповідальність винних осіб на підставі норм законодавства. Закон встановлює, що головним завданням надання інформації про продукцію є забезпечення її компетентного вибору.

Компетентність вибору забезпечують наданням інформації про призначення продукції, її якість, умови використання, гарантії тощо. Виробник, виконавець або продавець сам мусить визначати потрібний обсяг цієї інформації, пам'ятаючи про свою відповідальність за неповноту наданої інформації відповідно до законодавства.

Зважаючи на це, «необхідною інформацією про продукцію» слід вважати інформацію в повному обсязі, яка дасть змогу споживачеві оцінити потребу придбання продукції, її властивість, якість, безпеку, правила використання і зберігання, зробити правильний і належний вибір продукції, а далі використовувати її за призначенням без допомоги професіоналів. Необхідна інформація має бути достатньою для розуміння і прийняття рішень кожним споживачем. Неповна інформація може призвести до помилкового висновку або рішення.

Доступна форма. Для задоволення своїх особистих потреб споживачі мають право на отримання інформації в доступній формі. Способи доведення інформації до споживача визначає специфіка окремих сфер обслуговування, але вона має бути наочною та доступною.

Закон України «Про захист прав споживачів» передбачає, що інформацію споживачеві мають надавати згідно із законодавством про мови, тобто державною мовою (п. 3 ст. 26 Закону України «Про засади державної мовної політики»). Доступна форма інформації передбачає її зрозумілість з боку споживача. Зрозумілість – це така подача інформації, яка дає змогу користувачам сприймати її значення. Але це аж ніяк не означає, що користувачі можуть правильно зрозуміти її зміст без необхідних базових знань. Тож інформацією у вигляді складних понять, що є корисною для прийняття компетентних рішень, не мають нехтувати через складність розуміння її окремими споживачами. З огляду на зазначене, до Закону України «Про захист прав споживачів» варто ввести поняття «доступна інформація» такого змісту: «...це інформація, що надається споживачеві державною мовою письмово та/або усно шляхом демонстрування використання продукції і яка дає змогу споживачеві сприймати інформацію про продукцію, її призначення та порядок використання».

Достовірна інформація. За законодавством споживач має право отримати достовірну інформацію про продукцію. Достовірність інформації – це властивість, яка визначає ступінь об'єктивного, точного відображення подій, фактів, що мали місце. Достовірність як об'єктивність, вірогідність інформації Закон України «Про інформацію» називає одним із головних принципів інформаційних відносин у суспільстві державі. Достовірність інформації поряд із дотриманням решти вимог до її якісних властивостей, вироблених інформаційною теорією і практикою (повнота, доступність, своєчасність, регулярність, комплексність тощо), є чинником, що сприяє реалізації права на інформацію.

Достовірність (надійність) означає, що інформація не містить помилок та упереджених суджень. Її визначають: правдивим відображенням, превалюванням суті над формою, нейтральністю, обачністю, повнотою. Інформація, що її надають споживачеві, має правдиво відобразити всі особливості і компоненти продукції за звичайних умов її використання, зберігання, транспортування, виготовлення та утилізації, через що споживачеві надають гарантію її безпечного використання. Під терміном «достовірна інформація» слід розуміти об'єктивну, точну відповідність відомостей про продукцію фактичній дійсності, тобто повну відповідність справжнім властивостям продукції.

Своєчасна інформація. Стаття 15 Закону України «Про захист прав споживачів» визначає, що інформація має бути надана споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги). За загальним правилом своєчасність вимірюється відтинком часу між моментом, коли відбувається будь-яка подія, і моментом, коли вона знаходить реальне відображення.

Наприклад, у деяких ситуаціях споживачеві потрібні години або навіть дні, щоб оволодіти новою продукцією. Загалом своєчасна інформація скорочує невизначеність і

допомагає вчасно виявляти проблеми вибору продукції, що зменшує потребу в запасах і сприяє прийняттю надійніших рішень. Для розуміння права споживача на отримання інформації своєчасно доречно було б надати роз'яснення цього терміна у статті 1 Закону України «Про захист прав споживачів», а саме: *своєчасна інформація* – це необхідна інформація, яка надана споживачеві до придбання ним продукції або за першою вимогою споживача і допомагає йому вчасно, до моменту укладання угоди, переконалися в доцільності придбання продукції та компетентного її вибору.

Відповідно до ст.15 Закону України “Про захист про споживачів” у разі коли надання недоступної, недостовірної, неповної або несвоєчасної інформації про продукцію та про виробника (виконавця, продавця) спричинило:

1) придбання продукції, яка не має потрібних споживачеві властивостей, — споживач має право розірвати договір і вимагати відшкодування завданих йому збитків;

2) неможливість використання придбаної продукції за призначенням — споживач має право вимагати надання у прийнятно короткий, але не більше місяця, строк належної інформації. Якщо інформацію в обумовлений строк не буде надано, споживач має право розірвати договір і вимагати відшкодування збитків;

3) заподіяння шкоди життю, здоров'ю або майну споживача — споживач має право пред'явити продавцю (виробнику, виконавцю) вимоги, передбачені статтею 16 цього Закону, а також вимагати відшкодування збитків, завданих природним об'єктам, що перебувають у його володінні на праві власності або на інших підставах, передбачених законом чи договором.

Збитки, завдані споживачеві недобросовісною рекламою, підлягають відшкодуванню винною особою у повному обсязі. Продавець не звільняється від відповідальності у разі неодержання ним від виробника (імпортера) відповідної інформації про товар.

Під час розгляду вимог споживача про відшкодування збитків, завданих недостовірною або неповною інформацією про продукцію чи недобросовісною рекламою, необхідно виходити з припущення, що у споживача немає спеціальних знань про властивості та характеристики продукції, яку він придбаває.

Висновок. Підсумовуючи вище наведене, варто зазначити, 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 споживачів. 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 із грубих порушень у споживчій сфері.

Питання для самоконтролю.

1. Що являє собою поняття «інформація про продукцію»?
2. Розкрийте зміст понять: «необхідна інформація», «доступна інформація», «достовірна інформація», «своєчасна інформація».
3. В чому полягають права споживача на інформацію?
4. Як реалізуються права споживача на інформацію?
5. Назвіть складові категорії “інформація” про продукцію.
6. Розкрийте особливості інформації щодо окремих видів продукції.
7. Поясніть як здійснюється доведення інформації про продукцію до споживача.
8. Визначте зміст обов'язку виробника (продавця) щодо надання інформації про продукцію.
9. Якими є наслідки для виробника (продавця) у разі ненадання споживачеві інформації про продукцію.
10. Охарактеризуйте відповідальність виробника (продавця) за ненадання інформації про продукцію.

11. Чому інформація про продукцію відповідно до чинного законодавства не є рекламою?

12. Назвіть вимоги щодо інформації про послуги, пов'язані з концертною, гастрольно-концертною, конкурсною, фестивальною діяльністю.

13. Поясніть як надається інформація стосовно продукції, яка підлягає обов'язковій сертифікації.

14. Якими способами доводиться інформація до відома споживача?

15. Яке припущення береться до уваги під час розгляду вимог споживача про відшкодування збитків, завданих недостовірною або неповною інформацією про продукцію?

16. Чи звільняється продавець від відповідальності у разі неодержання ним від виробника (імпортера) відповідної інформації про товар?

17. Як відшкодовуються битки, завдані споживачеві недобросовісною рекламою?

18. Чи звільняється від відповідальності продавець у разі неодержання ним від виробника (імпортера) відповідної інформації про товар? Дайте розширену відповідь.

Рекомендована література:

Нормативно-правові акти

1. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР (у редакції від 30.09.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>

2. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1024- XII (у редакції відвід 10.06.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>

3. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ (у редакції від 01.01.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>

4. Цивільний кодекс України від 16.03.2003 р. (у редакції від 19.07.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

5. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV (у редакції від 08.12.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

6. Угода про основні напрямки співробітництва у сфері захисту прав споживачів між Державною інспекцією України з питань захисту прав споживачів та Центром захисту прав споживачів Латвії від 14.03.2013 р. // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/428_053

7. Щодо несправедливих умов споживчих договорів: Директива Ради 93/13/ЄЕС від 05.04.1993 р. // Міністерство юстиції URL: <http://old.minjust.gov.ua/45878>

Додаткова література

1. Дудла І.О. Захист прав споживачів: навч. пос. — К.: Центр учбової лґори, 2007. — 448 с.

2. Зверева О.В. Захист прав споживачів. Навч. пос. — К.: Центр навч. Л-ри, 2007. — 192 с.

3. Іваненко, Л. М. Захист прав споживачів [Текст]: підручник / Л. М. Іваненко, О. М. Язвінська. — К.: Юрінком Інтер, 2014. — 496 с

4. Колісникова Г. Право споживача на інформацію // Право України. — 2010. — № 11. — С. 248–252.

5. Костенко, О. Права людини у сфері обігу інформації: поняття і кримінально-правова охорона // Актуальні питання державотворення в Україні очима молодих учених: зб. наук. пр. міжнар. наук.-практ. конф.: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих учених Київського національного університету імені Тараса Шевченка (23-24 квітня 2009 р.). — К., 2018. — Ч. 4. — С. 44–45.

6. Мазаракі А.А. Захист прав споживачів: соціально-правовий аспект / А.А. Мазаракі, О.М. Язвінська, Л.В. Ніколаєва та ін. — К.: Вид-во КНТЕУ, 2002. — 311 с

7. Меланчук Т. В. Інформація про товар як складова права споживача на належну якість продукції / Т. В. Меланчук // Прав. вісн. Україн. акад. банків. справи. — 2016. — № 1. — С. 74–79.

8. Микитенко Л. А. Правове значення захисту прав споживачів в системі розгляду проекту Закону України «Про внутрішню торгівлю» / Л. А. Микитенко // Вісн. госп. суд-ва. — 2011. — № 6. — С. 5–18. 7. Микитенко Л. А.

9. Правові проблеми захисту прав споживачів в Україні, та шляхи їх реалізації / Л. А. Микитенко // Юридична наука та практика: виклики сучасних євроінтеграційних процесів : міжнародна науково-практична конференція, 27–28 листопада 2015 р. — Paneuropiska vysoka skola, Fakulta prava, Bratislava. — С. 20.

10. Муравйов, В. І. Проблеми гармонізації законодавства держав-членів та третіх країн в контексті європейської інтеграції [Текст] / В. І. Муравйов // Український щорічник міжнародного права. — К.: Видавничий дім «Промені», 2020. — С. 286–319.

11. Письменна, О. П. Право на інформацію про товари, роботи (послуги) в системі прав споживачів // Університетські наукові записки. — 2008. — № 2 (26). — С. 45–48.

12. Плахтій Ю. Нормативно-правове забезпечення у сфері захисту прав споживачів / Ю. Плахтій, Р. Байцар // Вимірювальна техніка та технологія. — 2013. — № 74. — С. 84–88.

13. Поліщук О. Ю. Право споживача на інформацію про продукцію та виробника / О. Ю. Поліщук // Приватне право і підприємництво. — Вип. 6, — 2017 р. — К. : Науково-дослідний інститут приватного права і підприємництва Академії правових наук України, 2007. — С. 64–75.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

ОКРЕМІ НАПРЯМИ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

ЛЕКЦІЯ №6

ТЕМА: ПРАВА СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ТА ПОБУТОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ.

Мета: ознайомити студентів із правами споживачів у сфері торговельного та інших видів обслуговування.

План.

1. Поняття права споживачів у сфері торговельного обслуговування.
2. Визнання недійсним умов договору, що обмежують права споживачів в сфері торговельного обслуговування.
3. Поняття та ознаки форм нечесної та агресивної підприємницької практикита по відношенню до споживачів.
4. Порушення прав споживачів у сфері торговельного обслуговування.
5. Правила торговельного обслуговування споживачів.
6. Правила продажу продовольчих та непродовольчих товарів.
7. Поняття та види побутових послуг.

1. Поняття права споживача у сфері торговельного обслуговування.

Торгівля — це сфера обігу товарів на ринку, включаючи комплекс підприємств, які спеціалізуються на виконанні торгово-посередницьких операцій, виконуючи двояку функцію: облік вартостей (зміна форм вартостей); доведення товарів до сфери споживання, тобто є посередником між товаровиробником і споживачем. Торгівля впливає на споживання окремих соціально-економічних груп населення, структуру особистого споживання.

Основні завдання торгівлі— досягнення збалансованості попиту та пропозиції на ринку предметів споживання, задоволення попиту споживачів при високій якості обслуговування і мінімальному рівні витрат, пов'язаних із процесом обігу продукції.

Торговельна діяльність регулюється Господарським і Цивільним кодексами України, Законом України «Про захист прав споживачів», іншими актами законодавства. Зокрема, Постановою КМУ від 15.06.2006 р. №833 затверджено порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів. Цей нормативний документ визначає загальні умови провадження торговельної діяльності суб'єктами оптової торгівлі, роздрібною торгівлі, закладами ресторанного господарства, основні вимоги до торговельної мережі, мережі закладів ресторанного господарства і торговельного обслуговування споживачів (покупців), які придбавають товари у підприємств, установ та організацій незалежно від організаційно-правової форми і форми власності, фізичних осіб — підприємців та іноземних юридичних осіб, що провадять підприємницьку діяльність на території України.

Крім того, наказом Мінекономіки України від 19.04.2007 р. №104 затверджено правила роздрібною торгівлі непродовольчими товарами. А правила роздрібною торгівлі продовольчими товарами затверджено іншим наказом Мінекономіки — від 11.07.2003 р. №185.

Відповідно до Закону України «Про захист прав споживачів» за всіма споживачами однаковою мірою визнається право на задоволення їх потреб у сфері торговельного обслуговування. Встановлення будь-яких переваг, застосування прямих або непрямих обмежень прав споживачів не допускається, крім випадків, передбачених нормативно-правовими актами.

Споживач має право на вільний вибір продукції у зручний для нього час з урахуванням режиму роботи продавця (виконавця). Продавець (виконавець) зобов'язаний всіляко сприяти споживачеві у вільному виборі продукції. Забороняється примушувати споживача придбавати продукцію неналежної якості або непотрібного йому асортименту. Продавець (виконавець) зобов'язаний надати споживачеві достовірну і доступну інформацію про найменування, належність та режим роботи свого підприємства.

Споживач має право на перевірку якості, безпеки, комплектності, міри, ваги та ціни продукції, що придбається (замовляється), демонстрацію безпечного та правильного її використання. На вимогу споживача продавець (виконавець) зобов'язаний надати йому контрольно-вимірвальні прилади, документи про якість, безпеку, ціну продукції.

У разі коли під час гарантійного строку необхідно визначити причини втрати якості продукції, продавець (виконавець, виробник) зобов'язаний у триденний строк з дня одержання від споживача письмової згоди організувати проведення експертизи продукції.

Експертиза проводиться за рахунок продавця (виконавця, виробника). Якщо у висновках експертизи буде доведено, що недоліки виникли після передачі продукції споживачеві внаслідок порушення ним встановлених правил використання, зберігання чи транспортування або дій третіх осіб, вимоги споживача не підлягають задоволенню, а споживач зобов'язаний відшкодувати продавцю (виконавцю, підприємству, яке виконує його функції) витрати на проведення експертизи. Споживач, продавець (виконавець, виробник) мають право на оскарження висновків експертизи у судовому порядку.

У разі порушення прав споживача на підприємствах сфери обслуговування продавець (виробник, виконавець) і працівники цих підприємств несуть відповідальність, встановлену законом.

2. Визнання недійсним умов договору, що обмежують права споживачів в сфері торговельного обслуговування.

Відповідно до ст.18 Закону України «Про захист прав споживачів» продавець (виконавець, виробник) не повинен включати у договори із споживачем умови, які є несправедливими.

Умови договору є несправедливими, якщо всупереч принципу добросовісності його наслідком є істотний дисбаланс договірних прав та обов'язків на шкоду споживача.

Несправедливими є, зокрема, умови договору про:

1) звільнення або обмеження юридичної відповідальності продавця (виконавця, виробника) у разі смерті або ушкодження здоров'я споживача, спричинених діями чи бездіяльністю продавця (виконавця, виробника);

2) виключення або обмеження прав споживача стосовно продавця (виконавця, виробника) або третьої особи у разі повного або часткового невиконання чи неналежного виконання продавцем (виконавцем, виробником) договірних зобов'язань, включаючи умови про взаємозалік, зобов'язання споживача з оплати та його вимог у разі порушення договору з боку продавця (виконавця, виробника);

3) встановлення жорстких обов'язків споживача, тоді як надання послуги обумовлене лише власним розсудом виконавця;

4) надання можливості продавцю (виконавцю, виробнику) не повертати кошти на оплату, здійснену споживачем, у разі відмови споживача укласти або виконати договір, без встановлення права споживача на одержання відповідної компенсації від продавця (виконавця, виробника) у зв'язку з розірванням або невиконанням ним договору;

5) встановлення вимоги щодо сплати споживачем непропорційно великої суми компенсації (понад п'ятдесят відсотків вартості продукції) у разі невиконання ним зобов'язань за договором;

6) надання продавцю (виконавцю, виробнику) права розірвати договір із споживачем на власний розсуд, якщо споживачеві таке право не надається;

7) надання продавцю (виконавцю, виробнику) права не повертати кошти на оплату ненаданої продукції у разі розірвання договору з ініціативи продавця (виконавця, виробника);

8) надання продавцю (виконавцю, виробнику) права розірвати договір, укладений на невизначений строк із споживачем без повідомлення його про це, крім випадків, установлених законом;

9) установлення невинновданого малого строку для надання споживачем згоди на продовження дії договору, укладеного на визначений строк, з автоматичним продовженням такого договору, якщо споживач не висловить відповідного наміру;

10) установлення обов'язкових для споживача умов, з якими він не мав реальної можливості ознайомитися перед укладенням договору;

11) надання продавцю (виконавцю, виробнику) права в односторонньому порядку змінювати умови договору на власний розсуд або на підставах, не зазначених у договорі;

12) надання продавцю (виконавцю, виробнику) права в односторонньому порядку змінювати характеристики продукції, що є предметом договору;

13) визначення ціни товару на момент його поставки споживачеві або надання продавцю (виконавцю, виробнику) можливості збільшувати ціну без надання споживачеві права розірвати договір у разі збільшення ціни порівняно з тією, що була погоджена на момент укладення договору;

14) надання продавцю (виконавцю, виробнику) права визначати відповідність продукції умовам договору або надання йому виключного права щодо тлумачення договору;

15) обмеження відповідальності продавця (виконавця, виробника) стосовно зобов'язань, прийнятих його агентами, або обумовлення прийняття ним таких зобов'язань додержанням зайвих формальностей;

16) встановлення обов'язку споживача виконати всі зобов'язання, навіть якщо продавець (виконавець, виробник) не виконає своїх;

17) надання продавцю (виконавцю, виробнику) права передавати свої права та обов'язки за договором третій особі, якщо це може стати наслідком зменшення гарантій, що виникають за договором для споживача, без його згоди.

Перелік несправедливих умов у договорах із споживачами не є вичерпним. Нечіткі або двозначні положення договорів із споживачами тлумачаться на користь споживача. Якщо в результаті застосування умов договору, що обмежують права споживача, споживачеві завдано збитків, вони повинні відшкодуватися винною особою у повному обсязі.

Споживач має право на відшкодування збитків, завданих йому виробником (виконавцем, продавцем), у зв'язку з використанням останнім переваг свого становища у виробничій чи торговельній діяльності.

3. Поняття та ознаки форм нечесної та агресивної підприємницької практики по відношенню до споживачів.

Нечесна підприємницька практика — будь-яка підприємницька діяльність або бездіяльність, що суперечить правилам, торговим та іншим чесним звичаям та впливає або може вплинути на економічну поведінку споживача щодо продукції.

Відповідно до Закону України “Про захист прав споживачів” нечесна підприємницька практика забороняється. Нечесна підприємницька практика включає:

- 1) вчинення дій, що кваліфікуються законодавством як прояв недобросовісної конкуренції;
- 2) будь-яку діяльність (дії або бездіяльність), що вводить споживача в оману або є агресивною.

Якщо підприємницька практика спонукає або може спонукати споживача дати згоду на здійснення правочину, на який в іншому випадку він не погодився б, така практика вводить в оману стосовно:

- 1) основних характеристик продукції, таких як: її наявність, переваги, безпека, склад, методи використання, гарантійне обслуговування, метод і дата виготовлення або надання, поставка, кількість, специфікація, географічне або інше походження, очікувані результати споживання чи результати та основні характеристики тестів або перевірок товару;
- 2) будь-яких застережень щодо прямої чи опосередкованої підтримки виробником продавця або продукції;
- 3) ціни або способу розрахунку ціни чи наявності знижок або інших цінних переваг;
- 4) потреби у послугах, заміні складових чи ремонті;
- 5) характеру, атрибутів та прав продавця або його агента, зокрема інформації про його особу та активи, кваліфікацію, статус, наявність ліцензії, афілійованість та права інтелектуальної або промислової власності, його відзнаки та нагороди;
- 6) права споживача або безпеки, що йому загрожує.

Підприємницька практика є такою, що вводить в оману, якщо під час пропонування продукції споживачу не надається або надається у нечіткий, незрозумілий або двозначний спосіб інформація, необхідна для здійснення свідомого вибору.

Забороняються як такі, що вводять в оману:

- 1) пропонування для реалізації продукції за визначеною ціною, якщо існують підстави вважати, що продавець або виконавець не зможе надати таку продукцію за такою ціною або у таких обсягах, що можна передбачити з огляду на пропоновану ціну та характеристики продукції;
- 2) пропонування з метою реалізації однієї продукції до реалізації іншої;
- 3) відмова від пред'явлення споживачу товару, що пропонується, та прийняття замовлення або ненадання товару протягом розумного строку чи демонстрування дефектного зразка товару;
- 4) недостовірне повідомлення про наявність обмеженої кількості товарів або з метою спонукання споживачів до прийняття швидкого рішення позбавлення їх достатнього періоду часу для прийняття свідомого рішення;
- 5) пропонування до вільної реалізації продукції, яка вилучена з обігу або щодо обігу якої існують обмеження;
- 6) недостовірне твердження, що існуватиме загроза особистій безпеці споживача або його сім'ї, якщо він не придбає чи не замовить продукцію;
- 7) утворення, експлуатація або сприяння розвитку пірамідальних схем, коли споживач сплачує за можливість одержання компенсації, яка надається за рахунок залучення інших споживачів до такої схеми, а не за рахунок продажу або споживання продукції;

8) використання повідомлення про розпродаж у зв'язку із припиненням суб'єкта господарювання, його структурного підрозділу або припинення відповідного виду господарської діяльності, тоді як це не відповідає дійсності.

Перелік форм підприємницької практики, що вводить в оману, не є вичерпним.

Відповідно до Закону України «Про захист прав споживачів» агресивною вважається підприємницька практика, яка фактично містить елементи примусу, докучання або неналежного впливу та істотно впливає чи може вплинути на свободу вибору або поведінку споживача стосовно придбання продукції.

При встановленні того, чи містить підприємницька практика елементи примусу, докучання або неналежного впливу, до уваги береться:

- 1) час, характер та повторюваність пропозицій щодо придбання продукції;
- 2) вживання образливих або загрозливих висловів;
- 3) використання тяжкої для споживача обставини, про яку продавцю або виконавцю було відомо, для впливу на рішення споживача;

4) встановлення обтяжливих або непропорційних позадоговірних перешкод для здійснення споживачем своїх прав за договором, включаючи положення про право споживача розірвати договір або замінити продукцію чи укласти договір з іншим суб'єктом господарювання;

5) загроза здійснити незаконні або неправомірні дії.

Як агресивні забороняються такі форми підприємницької практики:

- 1) створення враження, що споживач не може залишити приміщення продавця (виконавця) без укладення договору або здійснення оплати;
- 2) здійснення тривалих та/або періодичних візитів до житла споживача, незважаючи на вимогу споживача про припинення таких дій або залишення житла;
- 3) здійснення постійних телефонних, факсимільних, електронних або інших повідомлень без згоди на це споживача;
- 4) вимога оплати продукції, поставленої продавцем (виконавцем), якщо споживач не давав прямої та недвозначної згоди на її придбання.

Перелік форм агресивної підприємницької практики не є вичерпним. Правочини, здійснені з використанням нечесної підприємницької практики, є недійсними.

Суб'єкти господарювання, їх працівники несуть відповідальність за нечесну підприємницьку практику згідно із законодавством.

Приклад із судової практики. До суду звернулась особа з позовом до Банку про захист прав споживача, визнання протиправними дій щодо розголошення банківської таємниці та такими, що здійсненні із використанням нечесної підприємницької практики, відшкодування матеріальної та моральної шкоди. Серед іншого позивач вказував на те, що через відділення поштового зв'язку погасила заборгованість за кредитними лініями перед відповідачем.

Незважаючи на погашення двох кредитних ліній ще у квітні 2016 року працівники Банку щоденно по декілька разів на день (окрім - неділі) у період з травня 2016 року по липень 2016 року телефонували на всі мобільні телефони та вимагали сплатити неіснуючий борг. З вересня 2016 року працівники відповідача щоденно почали телефонувати не тільки на її мобільні телефони, а й на домашній телефон та вимагають сплатити борг.

В ході судового розгляду було досліджено надані позивачем роздруківки телефонних дзвінків та смс-повідомлень, а також оглянуто телефон позивача з вхідними смс-повідомленнями.

Відповідно до запиту позивача, по даному факту було здійснено телефонування на номери, які позивач вказала в заяві та з яких їй телефонували та вимагали сплатити борг, відповідає представник Банку, який відмовляється повідомляти свої анкетні дані та надавати будь - яку інформацію у зв'язку з чим встановити осіб, які телефонують до позивача та опитати їх не виявилось за можливе.

Суд першої інстанції визнав такі дії нечесною підприємницькою практикою. Суд вказав, що вимоги Закону України «Про захист прав споживачів» розповсюджуються на всі

правовідносини, що діють між сторонами, як при підписанні кредитного договору так і впродовж всього строку його дії.

Відповідно до ст. 19 Закону України «Про захист прав споживачів» нечесна підприємницька практика забороняється. Нечесна підприємницька практика включає, зокрема, будь-яку діяльність (дії або бездіяльність), що вводить споживача в оману або є агресивною.

Агресивною вважається підприємницька практика, яка фактично містить елементи примусу, докучання або неналежного впливу та істотно впливає чи може вплинути на свободу вибору або поведінку споживача стосовно придбання продукції. При встановленні того, чи містить підприємницька практика елементи примусу, докучання або неналежного впливу, до уваги береться: час, характер та повторюваність пропозицій щодо придбання продукції; вживання образливих або загрозливих висловів; загроза здійснити незаконні або неправомірні дії.

Як агресивні забороняються такі форми підприємницької практики як здійснення постійних телефонних, факсимільних, електронних або інших повідомлень без згоди на це споживача. Суд першої інстанції зазначив, що кількість дзвінків на мобільний та домашній телефони та відправлених смс-повідомлень, що встановлено в судовому засіданні, свідчать про нечесну підприємницьку практику відповідача, що заборонено законом.

Також суд стягнув з Банку 3000 грн на відшкодування моральної шкоди (рішення Вінницького міського суду Вінницької області від 15.11.2016 у справі № 127/8388/16-ц).

4.Порушення прав споживачів у сфері торговельного обслуговування.

Відповідно до Закону України “Про захист прав споживачів” крім інших випадків порушень прав споживачів, які можуть бути встановлені та доведені виходячи з відповідних положень законодавства у сфері захисту прав споживачів, вважається, що для цілей застосування цього Закону та пов’язаного з ним законодавства про захист прав споживачів права споживача вважаються в будь-якому разі порушеними, якщо:

- 1) при реалізації продукції будь-яким чином порушується право споживача на свободу вибору продукції;
- 2) при реалізації продукції будь-яким чином порушується свобода волевиявлення споживача та/або висловлене ним волевиявлення;
- 3) при наданні послуги, від якої споживач не може відмовитись, а одержати може лише в одного виконавця, виконавець нав’язує такі умови одержання послуги, які ставлять споживача у нерівне становище порівняно з іншими споживачами та/або виконавцями, не надають споживачеві однакових гарантій відшкодування шкоди, завданої невиконанням (неналежним виконанням) сторонами умов договору;
- 4) порушується принцип рівності сторін договору, учасником якого є споживач;
- 5) будь-яким чином (крім випадків, передбачених законом) обмежується право споживача на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про відповідну продукцію;
- 6) споживачу реалізовано продукцію, яка є небезпечною, неналежної якості, фальсифікованою;
- 7) ціну продукції визначено неналежним чином;
- 8) документи, які підтверджують виконання договору, учасником якого є споживач, своєчасно не передано (надано) споживачу.

5. Правила торговельного обслуговування покупців.

Правила торговельного обслуговування покупців визначаються Порядком провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів, які затверджені Постановою Кабінету міністрів України від 15 червня 2006 року №833.

Ці Порядок та правила визначають загальні умови провадження торговельної діяльності суб'єктами оптової торгівлі, роздрібною торгівлі, закладами ресторанного

господарства, основні вимоги до торговельної мережі, мережі закладів ресторанного господарства і торговельного обслуговування споживачів (покупців), які придбавають товари у підприємств, установ та організацій незалежно від організаційно-правової форми і форми власності, фізичних осіб - підприємців та іноземних юридичних осіб, що провадять підприємницьку діяльність на території України.

Працівники суб'єкта господарювання зобов'язані забезпечити реалізацію прав споживачів, визначених Законом України "Про захист прав споживачів", виконувати правила та вимоги інших нормативно-правових актів, що регулюють торговельну діяльність. Працівники, залучені до виготовлення, зберігання та реалізації харчових продуктів і продовольчої сировини, зобов'язані мати спеціальну підготовку.

Забороняється продаж товарів, що не мають відповідного маркування, належного товарного вигляду, на яких строк придатності не зазначено або зазначено з порушенням вимог нормативних документів, строк придатності яких минув, а також тих, що надійшли без документів, передбачених законодавством, зокрема які засвідчують їх якість та безпеку.

У документах на товари, що підлягають обов'язковій сертифікації, повинні зазначатися реєстраційні номери сертифіката відповідності чи свідоцтва про визнання відповідності та/або декларації про відповідність, якщо це встановлено технічним регламентом.

Забороняється безпідставне вилучення, приховання або затримання реалізації виставлених для продажу товарів. Забороняється примушувати покупця придбавати товари неналежної якості або непотрібного йому асортименту. Не допускається продаж товарів, вільна реалізація яких заборонена.

Обслуговування окремих категорій громадян, яким згідно із законодавством надаються відповідні пільги, як правило, здійснюється в спеціально відведених торговельних приміщеннях (відділах, секціях).

Продаж товарів та продукції, виготовленої у закладі ресторанного господарства, здійснюється суб'єктом господарювання за цінами, що встановлюються відповідно до законодавства. Ціни на товари і продукцію зазначаються на ярликах (цінниках) або у покажчиках цін, у сфері ресторанного господарства— на ярликах (цінниках) на закуплені товари та у прейскурантах і меню на продукцію, виготовлену в закладі ресторанного господарства.

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, на його вимогу провести перевірку якості, безпеки, комплектності, міри, ваги та ціни товарів з наданням йому контрольно-вимірвальних приладів, документів, які підтверджують якість, безпеку, ціну товарів;

перевірити справність виробу, продемонструвати, за можливості, його роботу та ознайомити споживача з правилами користування;

забезпечити приймання, зберігання і продаж товарів та продукції, виготовленої у закладі ресторанного господарства, відповідно до законодавства.

Розрахунки за продані товари та надані послуги можуть здійснюватися готівкою та/або в безготівковій формі (із застосуванням платіжних карток, платіжних чеків, жетонів тощо) відповідно до законодавства. Разом з товаром споживачеві в обов'язковому порядку видається розрахунковий, документ установленої форми на повну суму проведеної операції, який засвідчує факт купівлі товару та/або надання послуги.

У закладі ресторанного господарства, в якому обслуговування здійснюють офіціанти, оплата проводиться безпосередньо офіціанту відповідно до рахунка, що випикується на бланку встановленої форми. Після розрахунку офіціант видає споживачеві розрахунковий документ (касовий чек, розрахункова квитанція).

Касир та інший працівник, з якими споживач розраховується за товар, під час проведення розрахунку повинен чітко назвати суму, що підлягає сплаті, суму, одержану від

споживача, і покласти гроші окремо на видному місці, оформити розрахунковий документ на повну суму покупки, назвати споживачеві належну йому суму здачі та видати її разом з розрахунковим документом.

Касир та інший працівник, які мають право одержувати від споживача гроші за проданий товар, зобов'язані приймати без обмежень банкноти і монети Національного банку (у тому числі пам'ятні, ювілейні монети, зношені банкноти та монети), які є засобами платежу, за номінальною вартістю, а також забезпечувати наявність у касі банкнот і монет для видачі здачі.

Правильність розрахунку споживач перевіряє на місці, не відходячи від каси.

Забороняється зберігання на місці проведення розрахунку (в касі, грошовому ящику, сейфі тощо) готівки, що не належить суб'єкту господарювання, а також особистих речей касира чи інших працівників.

Вибрані споживачем непродовольчі товари за домовленістю з адміністрацією торговельного об'єкта можуть зберігатися в торговельному залі із зазначенням на виписаному товарному чеку часу оплати. Якщо споживач не вніс плату у визначений час, товар надходить у продаж.

Придбані великогабаритні товари (меблі, будівельні матеріали, піаніно, холодильники, пральні машини тощо) споживач має право залишити на зберігання у суб'єкта господарювання на узгоджений строк шляхом укладення договору зберігання відповідного товару. До залишеного на зберігання товару додається копія розрахункового документа, на якій зазначається строк зберігання, а на самому товарі розміщується табличка з написом "Продано". Суб'єкт господарювання протягом зазначеного строку несе відповідальність за зберігання і якість товару.

Для здійснення продажу непродовольчих товарів для особистого користування (одяг, взуття, трикотажні вироби тощо) суб'єкт господарювання повинен створити умови для їх примірки, а технічно складних та інших товарів, які потребують перевірки,— умови для її проведення.

Вимоги споживача до якості, безпеки та обміну товарів задовольняються суб'єктом господарювання відповідно до Закону України "Про захист прав споживачів".

У разі відпуску недоброякісної або виготовленої з порушенням технології страви (виробу) споживач має право за своїм вибором вимагати від суб'єкта господарювання замінити її або сплатити вартість.

У закладі ресторанного господарства забороняється встановлювати мінімум вартості замовлення і пропонувати споживачеві обов'язковий асортимент продукції, виробленої у такому закладі.

Продаж продовольчих товарів, готових до вживання, а також тих, що швидко псуються, інших продовольчих товарів (у тому числі овочів і фруктів) за межами торговельного приміщення (виїзна, виносна торгівля) здійснюється у відведених для цього місцях за наявності у суб'єкта господарювання дозволу на розміщення пересувних малих архітектурних форм та за умови дотримання встановлених для таких товарів температурного режиму зберігання і санітарних норм.

На кожну партію таких товарів, якщо це передбачено законом, видається супровідний документ, яким підтверджується їх якість та безпека, із зазначенням найменування товару, виробника, його адреси, дати виробництва (виготовлення), строку придатності.

Заклад ресторанного господарства зобов'язаний забезпечити зберігання речей споживача в гардеробі (за його наявності). Відповідальність за збереження речей споживача в гардеробі несе заклад згідно із законодавством.

6. Правила продажу непродовольчих та продовольчих товарів.

Роздрібна торгівля непродовольчими товарами регулюється правилами продажу непродовольчих товарів, затверджених наказом Міністерства економіки України і торгівлі України 19.04.2007 № 104.

Роздрібний продаж непродовольчих товарів здійснюється через спеціалізовані підприємства, у тому числі фірмові, підприємства з універсальним асортиментом непродовольчих товарів, спеціалізовані відділи (секції) підприємств з універсальним асортиментом продовольчих товарів, підприємства роздрібної торгівлі споживчої кооперації, дрібнороздрібну торговельну мережу. Роздрібна торгівля виробами лікувально-гігієнічного та медичного призначення може здійснюватися через аптеки або їх структурні підрозділи.

Суб'єкт господарської діяльності повинен оснащувати складські, торговельні приміщення відповідним торговельно-технологічним обладнанням та інвентарем для належного виконання вимог із зберігання, підготовки до продажу, демонстрації та продажу непродовольчих товарів, а також вимог санітарно-гігієнічних, технологічних та пожежних норм і правил.

Засоби вимірювальної техніки, які використовуються при продажу непродовольчих товарів, мають бути в справному стані, мати повірочне тавро територіального органу Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики та проходити періодичну перевірку в установленому порядку.

Продавці повинні дотримуватися Правил користування засобами вимірювальної техніки у сфері торгівлі, громадського харчування та надання послуг. Непродовольчі товари у суб'єкта господарської діяльності повинні бути з відповідними документами, наявність яких передбачена законодавством.

Працівники суб'єкта господарської діяльності, які здійснюють обслуговування покупців, повинні мати спеціальну професійну підготовку: знати асортимент і якісні характеристики товарів певної групи, ознаки дефектів виробничого характеру; правила підготовки товарів до продажу; принципи розміщення, викладки товарів і оформлення вітрин; способи показу і пакування товарів; правила зберігання товарів і терміни їх реалізації; порядок таврування засобів міри та ваги; правила роботи реєстраторів розрахункових операцій і порядок розрахунку з покупцями; види торговельного обладнання, інвентарю, інструментів і правила користування ними; правила поведінки з тарою; правила санітарії і гігієни, а також техніки безпеки та пожежної безпеки тощо.

Працівники суб'єкта господарської діяльності повинні мати формений або інший одяг, що відповідає естетичним вимогам. До подання товарів у торговельний (демонстраційний) зал працівники суб'єкта господарської діяльності проводять підготовку товарів до продажу (розпакування, перевірка цілісності індивідуальної упаковки, пломб підприємства-виробника, наявності маркувальних даних і якості, чищення, прасування, перевірка наявності інструкцій з експлуатації, технічних паспортів, гарантійних талонів, комплектність виробів, перевірка роботи в дії тощо).

У разі відсутності на індивідуальній упаковці товару маркування підприємства-виробника, визначеного законодавчими актами та нормативними документами, товар до продажу не допускається.

У разі пошкодження (потертості) маркувального ярлика підприємства-виробника суб'єкт господарської діяльності переносить усі маркувальні дані на дублікат товарного ярлика, який засвідчує підписом особа, відповідальна за приймання товару. Дублікат товарного ярлика прикріплюється до товару.

Продаж непродовольчих товарів здійснюється методом самообслуговування, за зразками, каталогами, з індивідуальним обслуговуванням покупців, у тому числі з відкритою викладкою. Суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний усіляко сприяти покупцю у вільному виборі товарів і додаткових послуг та у разі перевірки покупцем якості, безпеки, комплектності, міри та ціни товарів, що підлягають придбанню, надавати на його вимогу контрольно-вимірювальні прилади, документи про якість, безпеку, ціну товарів.

Суб'єкт господарської діяльності повинен забезпечити демонстрацію користування товаром, якщо це не виключено характером товару. У торговельному (демонстраційному) залі мають бути виставлені наявні у суб'єкта господарської діяльності товари або їх зразки у повному асортименті. Продаж товарів, термін придатності яких минув, забороняється.

Суб'єкт господарської діяльності позначає роздрібні ціни на товарах та ярликах цін (цінниках) зразків товарів, що надходять до продажу.

Здійснюючи продаж непродовольчих товарів вітчизняного та іноземного виробництва, працівники суб'єкта господарської діяльності зобов'язані надати покупцям у доступній наочній формі (у супровідній документації, на етикетці, а також маркуванням чи іншим способом, прийнятим для окремих видів товарів) необхідну, достовірну та своєчасну інформацію про товари відповідно до законодавства про мови, яка має містити: назву товарів; назву нормативних документів, вимогам яких повинні відповідати товари; дані про основні властивості товарів; відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин (у разі їх наявності) порівняно з вимогами нормативно-правових актів і нормативних документів, а також протипоказання щодо застосування; ціну, умови та правила придбання товарів; дату виготовлення; умови зберігання; гарантійні зобов'язання виробника; правила та умови ефективного і безпечного використання товарів; термін служби (придатності) товарів, відомості про необхідні дії покупця після його закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій; найменування та адресу виробника або підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від покупця, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

Продавець зобов'язаний довести до відома покупця інформацію стосовно товарів, які за певних умов можуть бути небезпечними для життя, здоров'я покупця та його майна.

Товари, що надійшли у продаж від фізичної особи — суб'єкта підприємницької діяльності, повинні мати ярлик із зазначенням прізвища вказаної особи, імені та по батькові, номера свідоцтва про її державну реєстрацію як суб'єкта підприємницької діяльності та назви органу, що здійснив цю реєстрацію (у разі потреби — відомості про сертифікацію цих товарів), а також гарантійного терміну або терміну придатності.

Забороняється приймати до продажу та реалізовувати товари, на які нормативними документами встановлено гарантійні терміни, без технічного паспорта або іншого документа, що його замінює, та гарантійних талонів установленого зразка.

Під час продажу товару, який підлягає гарантійному ремонту (обслуговуванню) або гарантійній заміні, суб'єкт господарської діяльності або його працівники зобов'язані:

у присутності споживача здійснити перевірку споживчих властивостей товару, наявності експлуатаційних документів, у тому числі гарантійного талона та відривних талонів на гарантійне обслуговування, комплектності товару, зазначеної в експлуатаційних документах;

поінформувати споживача про правила користування товаром;

заповнити відповідні розділи гарантійного і відривного талонів на гарантійне обслуговування;

надати інформацію про підприємства (майстерні), що здійснюють гарантійний ремонт.

У разі коли товар потребує проведення робіт з введення в експлуатацію, суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний надати покупцю відповідну інформацію або забезпечити виконання таких робіт.

Розрахунки з покупцями здійснюються через реєстратори розрахункових операцій та в іншому порядку відповідно до законодавства. Разом з товаром покупцю в обов'язковому порядку видається розрахунковий документ (касовий чек, товарний чек), який засвідчує факт купівлі та надання послуг.

Товарний чек виписується у двох примірниках, один з яких видається покупцю і містить номер або найменування торговельного підприємства, назву та ґатунок товару, його ціну, дату продажу, прізвище, ініціали продавця та його підпис.

Товари упаковують у папір, коробки, поліетиленові кульки, інший пакувальний матеріал.

Після продажу технічно складних і великогабаритних товарів суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний забезпечити належне їх пакування для повного збереження якості виробів при транспортуванні.

У спеціалізованих торговельних підприємствах суб'єкт господарської діяльності організовує продаж відповідних супутніх товарів.

Вибрані покупцем непродовольчі товари можуть зберігатися в торговельному підприємстві протягом двох годин з відміткою часу наступної оплати на виписаному продавцем товарному чеку.

Оплачені великогабаритні товари, крім оформлених для перевезення додому, можуть зберігатися на підприємстві протягом доби. За погодженням з адміністрацією підприємства термін зберігання може бути продовжено шляхом укладання договору схову. У цьому разі до товару додаються копія розрахункового документа, в якому зазначається термін зберігання товару, і табличка з написом "Продано".

Суб'єкт господарської діяльності несе відповідальність за зберігання і якість товару. За механічні пошкодження технічно складних та великогабаритних товарів, що виникли внаслідок транспортування або складання їх силами покупця, суб'єкт господарської діяльності відповідальності не несе.

Правила роздрібної торгівлі продовольчими товарами затверджені Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України 11.07.2003 N 185.

Ці Правила регламентують порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу і продаж продовольчих товарів через роздрібну торговельну мережу, а також визначають вимоги в дотриманні прав споживачів щодо якості й безпеки товару та рівня торговельного обслуговування.

Роздрібний продаж продовольчих товарів здійснюється через спеціалізовані підприємства, у тому числі фірмові, підприємства з універсальним асортиментом продовольчих товарів, магазини "Товари повсякденного попиту" системи споживчої кооперації, відділи (секції) підприємств з універсальним асортиментом непродовольчих товарів, стаціонарну дрібнороздрібну торговельну мережу (палатки, кіоски, торговельні автомати), пересувну торговельну мережу (автомагазини, автопричепи, візки, лотки, бочки, цистерни тощо), склади-магазини, заклади (підприємства) громадського харчування.

Продаж продовольчих товарів здійснюється за методом самообслуговування, за попереднім замовленням споживачів (у магазині, за допомогою телефону, персонального комп'ютера, інших технічних засобів зв'язку), шляхом індивідуального обслуговування споживачів.

Працівники, що здійснюють транспортування, зберігання і продаж продуктів харчування (будь-який продукт, що в натуральному вигляді чи після відповідної обробки вживається людиною в їжу або для пиття), повинні мати спеціальну освіту (підготовку), вони підлягають обов'язковому медичному огляду. Кожен працівник повинен мати особисту медичну книжку встановленого зразка. Працівники суб'єкта господарської діяльності, які не пройшли медичне обстеження, до роботи не допускаються. Працівники суб'єкта господарської діяльності повинні бути одягнені у формений чи інший одяг, що відповідає санітарним вимогам.

Усі харчові продукти і продовольча сировина в суб'єкта господарської діяльності повинні бути з документами, наявність яких передбачена чинними нормативно-правовими актами. Харчові продукти і продовольча сировина, які надходять у торговельну мережу, повинні відповідати вимогам чинного законодавства, чинних нормативно-правових актів і нормативних документів щодо показників якості та безпеки харчових продуктів, упаковки, маркування, транспортування, приймання і зберігання.

Реалізація харчових продуктів на підприємствах роздрібно́ї торгівлі дозволяється тільки протягом термінів їх придатності до споживання, що визначені нормативними документами для певних видів продуктів.

Працівники суб'єкта господарської діяльності зобов'язані надати споживачу необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про товари, а також на вимогу споживача - документи, якими підтверджуються їх якість і безпека, а також ціна товарів.

Споживач має право перевірити точність ваги відпущеного товару. Контрольно-вимірювальні прилади повинні розміщуватися на видному і доступному для споживачів місці.

У разі придбання споживачем неякісних продовольчих товарів продавець зобов'язаний замінити їх на якісні товари або повернути споживачу сплачені ним гроші згідно з вимогами Закону України "Про захист прав споживачів".

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.

7. Правила торгівлі на ринках товарів.

Правила торгівлі на ринках затверджені наказом N 57/188/84/105 від 26.02.2002 зареєстровано в Міністерстві юстиції України 22 березня 2002 р. за N 288/6576

Ринок— це суб'єкт господарювання, створений на відведеній за рішенням місцевого органу виконавчої влади чи органу місцевого самоврядування земельній ділянці і зареєстрований в установленому порядку, функціональними обов'язками якого є надання послуг та створення для продавців і покупців належних умов у процесі купівлі-продажу товарів за цінами, що складаються залежно від попиту і пропозицій.

Торгівлю на ринках можуть здійснювати фізичні особи— громадяни України, іноземні громадяни, особи без громадянства, суб'єкти підприємницької діяльності, а також юридичні особи незалежно від форм власності.

За конструкцією ринки можуть бути: криті, відкриті та комбіновані; за часом діяльності— постійно діючі або сезонні, ранкові та вечірні; за місцезнаходженням — міські, селищні та сільські; за видами економічної діяльності — з оптової торгівлі, з роздрібно́ї торгівлі; за товарною спеціалізацією — з продажу продовольчих товарів, непродовольчих товарів, транспортних засобів, худоби та кормів, тварин і птахів, квітів тощо, а також змішані.

На вході до ринку розміщується вивіска із зазначенням повної назви ринку і його власника, спеціалізації ринку, режиму роботи, а також графічно виконаний план території з позначенням усіх стаціонарних об'єктів ринку (обов'язково лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи), пішохідних і транспортних маршрутів, аварійних виходів. Для потреб і зручностей продавців і покупців на території ринку або поруч можуть відкриватися магазини, підприємства громадського харчування, побутового обслуговування, телефонного зв'язку, каси продажу квитків на транспорт, готелі.

Реалізація сільгосппродуктів, продовольчих, непродовольчих товарів, живої худоби, птиці, кормів, домашніх тварин, декоративних птахів, акваріумних риб, посадкового матеріалу плодово-ягідних культур, овочевої і квіткової розсади, живих садових квітів, насіння овочевих культур і квітів проводиться на спеціалізованих ринках чи на спеціально виділених рядах (секціях) змішаних ринків з обов'язковим дотриманням санітарно-епідеміологічних вимог.

На території відкритого ринку, у критих ринках та павільйонах, де реалізуються продукти рослинного і тваринного походження, повинні бути обладнані спеціалізовані зони з продажу окремих видів продукції: овочів і фруктів, м'яса і битої птиці, яєць, молочних продуктів, риби, меду, олії тощо.

На торговельному місці продавця (юридичної особи) устанавлюється табличка із зазначенням назви, місцезнаходження і номера телефону суб'єкта підприємницької діяльності, що організував торгівлю, прізвища, імені та по батькові продавця та розміщується копія ліцензії у разі здійснення господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню.

На торговельному місці продавця (фізичної особи— суб'єкта підприємницької діяльності) устанавлюється табличка із зазначенням його прізвища, імені та по батькові, номера свідоцтва про державну реєстрацію як суб'єкта підприємницької діяльності та назви органу, що здійснив цю реєстрацію, прізвища, імені, по батькові його продавця, а також розміщується копія патенту за фіксованим розміром податку чи копія свідоцтва про сплату єдиного податку та копія ліцензії у разі здійснення господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню.

Продавець повинен мати при собі: документи про сплату ринкового збору та послуг ринку; належним чином оформлену особисту медичну книжку в разі продажу продовольчих товарів (для суб'єктів підприємницької діяльності); копії документів, що підтверджують якість та безпеку продукції та товарів; у разі реалізації тропічних плодів— копії документів, що підтверджують їх походження та проходження фітосанітарного контролю; висновок лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи на ринку в разі продажу продуктів тваринного і рослинного походження.

У разі використання торговельного місця на умовах оренди в продавця повинна бути копія угоди з адміністрацією ринку про оренду, а на умовах суборенди— копія такої угоди із суб'єктом підприємницької діяльності (орендодавцем).

Під час проведення органами контролю та адміністрацією ринку перевірок роботи суб'єктів підприємницької діяльності продавці повинні пред'явити зазначені документи.

Продавцям (фізичним особам, які не є суб'єктами підприємницької діяльності) забороняється використовувати власний санітарний та спеціальний одяг, торговельний інвентар та засоби вимірювальної техніки. Продавці (суб'єкти підприємницької діяльності) можуть мати свій санітарний чи інший одяг, торговельний інвентар, засоби вимірювальної техніки.

Усі продавці зобов'язані надавати покупцям відомості про товари, не допускати порушення прав споживачів, бути ввічливими, охайно одягненими, відпускати товар упакованим або в тару покупця повною мірою і вагою, їм забороняється палити, розпивати спиртні напої. Особи в нетверезому стані не допускаються до торгівлі на ринку. На вимогу покупців продавці зобов'язані пред'явити їм висновок лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи про відповідність продуктів, що реалізуються, ветеринарно-санітарним нормам.

Зразки товарів, що є у продажу, повинні бути виставлені на видному для покупців місці. Продавці (суб'єкти підприємницької діяльності) повинні позначати ціни на товари на ярликах цін (цінниках), клейких стрічках або іншим способом.

Розрахунки з покупцями за товари, придбані на ринку, здійснюються відповідно до встановленого законодавством порядку. На вимогу покупця продавець (суб'єкт підприємницької діяльності, який відповідно до законодавства звільнений від застосування реєстраторів розрахункових операцій та розрахункових книжок) повинен видати товарний чек, що засвідчує факт купівлі, у якому зазначаються: найменування суб'єкта господарювання та ринку, ряд та номер торговельного місця, найменування товару, ціна товару, дата продажу, прізвище, ініціали продавця та його підпис.

Якщо покупцю продано неякісний товар, він має право вимагати від продавця (суб'єкта підприємницької діяльності) задоволення своїх вимог, передбачених Законом України "Про захист прав споживачів".

Особливості торгівлі продовольчими товарами.

Продаж продовольчих товарів на ринках здійснюється з додержанням Ветеринарно-санітарних правил для ринків, Правил продажу продовольчих товарів, Правил роботи дрібнороздрібною торговельною мережею, інших нормативно-правових актів, які регулюють торговельну діяльність та захист прав споживачів.

Висновок державної лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи на ринку (експертний висновок, етикетка) щодо якості та безпеки продукції у ветеринарному відношенні, наявність документів про сплату ринкового збору і наданих послуг є підставою для зайняття продавцем місця на ринку за профілем торгівлі.

На ринках дозволяється продавати харчові продукти, не заборонені для реалізації. Такі харчові продукти можна продавати тільки за умови:

готові м'ясні вироби і м'ясні напівфабрикати, молоко і молочні продукти, консерви, курячі яйця тощо промислового виробництва — наявності документів, що підтверджують їх якість і безпеку (копії сертифіката відповідності чи свідоцтва про визнання, якщо продукція підлягає обов'язковій сертифікації, та копії документа виробника, що підтверджує належну її якість, а також відповідних ветеринарних документів);

м'ясо, отримане від забою худоби у власних чи фермерських господарствах, — наявності ветеринарної довідки про передзабійний клінічний стан тварин або ветеринарного свідоцтва (довідки), виданих місцевою установою державної ветеринарної медицини, та висновку державної лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи на ринку;

молоко і молочну продукцію, отриману від власних чи фермерських господарств, — наявності довідки про клінічний огляд тварини і епізоотичний стан місцевості, виданої установою державної ветеринарної медицини за місцем вироблення продукції, особистої медичної книжки продавця, виданої в установленому порядку, та за наявності висновку державної лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи на ринку;

курячі яйця, отримані від власних чи фермерських господарств, — наявності свідоцтва або довідки про клінічний огляд птиці та епізоотичний стан місцевості, виданої місцевою установою державної ветеринарної медицини, та за наявності висновку державної лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи на ринку;

мед, отриманий від власних чи фермерських господарств, при продажу в межах району проживання власника — наявності ветеринарного свідоцтва (довідки) місцевої установи ветеринарної медицини (за межами району — ветеринарно-санітарного паспорта на пасіку) та наявності висновку державної лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи на ринку;

рибу і рибопродукти, інші гідробіоти промислового виробництва — наявності копії документа виробника, що підтверджує належну якість, та копії сертифіката відповідності або свідоцтва про визнання, якщо продукція підлягає обов'язковій сертифікації, а також відповідних ветеринарних документів;

рибу, інші гідробіоти непромислового виробництва — наявності ветеринарного свідоцтва (довідки) місцевої установи ветеринарної медицини та висновку державної лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи на ринку;

картоплю, овочі, фрукти, у тому числі тропічні, ягоди, баштанні культури, сухофрукти, горіхи, сушені гриби окремо від солінь, квашеної та маринованої плодоовочевої продукції — наявності висновку державної лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи на ринку;

продукцію рослинного походження, яка доставлена для реалізації від власних чи фермерських тепличних господарств і має експертний висновок державної лабораторії ветеринарної медицини за місцем виходу продукції щодо якості та безпеки, — ветеринарного контролю (огляду), а за необхідності й лабораторного дослідження; олію (крім промислової розфасовки), дикорослі плоди, ягоди та свіжі гриби — наявності висновку державної лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи на ринку;

соліно-квашені, мариновані овочі та фрукти — наявності висновку державної лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи на ринку та дотримання чинних ветеринарно-санітарних вимог при торгівлі;

зернові, круп'яні продукти, борошно в чистих мішках або іншій тарі, розміщеній на підставках, стелажах або піддонах, — наявності висновку державної лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи на ринку.

На ринках забороняється продаж:

фізичними особами, які не є суб'єктами підприємницької діяльності, хліба і хлібобулочних виробів, алкогольних напоїв та тютюнових виробів;

кондитерських і кулінарних виробів, напівфабрикатів із м'яса і риби (фарш, котлети, кров'яні та домашні ковбаси, зельць, холодець, ікра рибна тощо), а також консервованих продуктів (овочі, м'ясо, риба, ікра та інші консерви), виготовлених у домашніх умовах;

готових продуктів тваринного походження промислового виробництва — масла вершкового, сирів, ковбас, копчення тощо без наявності документів, що засвідчують їх якість та безпеку (копії сертифіката відповідності чи свідоцтва про визнання, якщо продукція підлягає обов'язковій сертифікації, та копії документа виробника, що підтверджує належну якість товару, а також відповідних ветеринарних документів);

тварин, риб і рослин, занесених до Червоної книги України, дикорослих рослин, у тому числі лікарських, польових квітів;

тропічних фруктів та овочів без документів, що підтверджують джерело їх придбання та проходження фітосанітарного контролю;

зернових, круп'яних продуктів, забруднених насінням шкідливих бур'янів.

Продукція тваринного і рослинного походження, що не реалізована протягом робочого дня і яка не зберігалася в холодильних камерах ринків, наступного дня підлягає огляду та органолептичній оцінці спеціалістами державної лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи на ринку, а за потреби — і додатковим лабораторним дослідженням.

Особливості торгівлі непродовольчими товарами.

На ринках дозволяється реалізовувати як нові непродовольчі товари, так і ті, що були в користуванні, крім заборонених для продажу.

Продаж непродовольчих товарів здійснюється з додержанням Правил продажу непродовольчих товарів, санітарних норм і правил, інших нормативно-правових актів, які регламентують торговельну діяльність та захист прав споживачів.

Окремі непродовольчі товари можна продавати на ринках тільки за умови:

предмети гігієни, санітарії, товари побутової хімії, іграшки для немовлят лише в індивідуальній споживчій тарі із зазначенням на ній необхідної для споживача інформації відповідно до чинного законодавства. На кожній іграшці або індивідуальній споживчій тарі повинна бути зазначена необхідна доступна, достовірна інформація відповідно до вимог Закону України "Про захист прав споживачів". Перевірка іграшок на звук повинна проводитися за допомогою повітродувного устаткування;

косметично-парфумерні вироби — додержання температурних режимів у місцях, не доступних попаданню прямих сонячних променів; побутові газові прилади, що були в користуванні (газові плити, газові котли, газові колонки тощо) — наявності документів, що підтверджують їх придатність до подальшої експлуатації і які видані відповідними службами газового господарства;

меблі, одяг та головні убори з натурального хутра, електропобутові та телерадіотовари — розміщення в приміщеннях, пристосованих для торгівлі цими товарами. В експлуатаційних документах (інструкції з експлуатації, паспорти, етикетці, гарантійному талоні) нової побутової техніки продавцем обов'язково робиться відмітка про продаж;

шкури цінних порід звірів, одяг та головні убори з них — відповідного їх маркування та наявності документів, що підтверджують законність їх придбання;

примірники аудіовізуальних творів і фонограм — через спеціалізовані підприємства торгівлі, спеціалізовані відділи (секції) підприємств з універсальним асортиментом товарів;

ювелірні та інші вироби з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння — наявності ліцензії;

пестициди та агрохімікати — наявності ліцензії;

ліки, лікарські рослини — наявності ліцензії.

На ринку суворо забороняється продавати: вогнепальну, газову, пневматичну, холодну зброю, бойові припаси та спеціальні засоби самооборони; готове армійське спорядження, а також тканини, які використовуються для його виробництва, інші товари військового асортименту, формене обмундирування; білизну зі штампом організацій і підприємств; наркотичні засоби; пальне для транспортних засобів, гас, мазут; балони із скрапленим газом; вироби піротехнічні побутові та вибухові засоби; порнографічні видання.

Питання для самоконтролю:

1. Назвіть права споживача у сфері торговельного обслуговування.
2. Наведіть перелік несправедливих умов у договорах із споживачами.
3. Розкрийте зміст поняття «нечесна підприємницька практика».
4. В чому полягає нечесна підприємницька практика?
5. Перелічіть форми підприємницької практики, що вводить в оману споживача.
6. Які ви знаєте форми агресивної підприємницької практики, що можуть застосовуватися до споживача?
7. Назвіть порушення прав споживачів у сфері торговельного обслуговування.
8. Назвіть та охарактеризуйте правила торговельного обслуговування споживачів.
9. Які вам відомі правила продажу продовольчих та непродовольчих товарів.
10. В чому полягають особливості правила торгівлі на ринках товарів.
11. Що являє собою дрібно роздрібна торговельна мережа та які правила її роботи.
12. Вкажіть порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібно торгівлі та громадського харчування.
13. Які вам відомі правила користування засобами вимірювальної техніки у сфері торгівлі та надання послуг.
14. Який порядок ведення Книги відгуків і пропозицій на підприємствах роздрібно торгівлі та громадського харчування?
15. Чи мають право вимагати документи, що посвідчують особу від споживача, який має намір зробити запис у Книгу відгуків та пропозицій?

Рекомендована література:

Нормативно-правові акти

1. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР (у редакції від 30.09.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
2. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1024- XII (у редакції від 10.06.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
3. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII (у редакції від 26.04.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
4. Про споживче кредитування: Закон України від 15.11.2016 р. № 1734-VIII (у редакції від 15.11.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1734-19>
5. Про відповідальність за шкоду, завдану внаслідок дефекту в продукції: Закон України від 19.05.2011 р. № 47 (поточна редакція) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3390-17>
6. Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів: Закон України від 19.12.1995 р. № 481/95-ВР (у редакції від 04.06.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/481/95-%D0%B2%D1%80/conv/page2>
7. Цивільний кодекс України від 16.03.2003 р. (у редакції від 19.07.2017 р.). // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

8. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV (у редакції від 08.12.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

9. Інструкція про Книгу відгуків і пропозицій на підприємствах роздрібної торгівлі та у закладах ресторанного господарства затверджено наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 24.06.1996р. N 349 (у редакції від 06.07.2018 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-96>

10. Інструкція про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібної торгівлі та закладах ресторанного господарства затверджено наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 04.01.1997р. N 349 (у редакції від 06.07.2018 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0004-97>

11. Порядок гарантійного ремонту (обслуговування) або гарантійної заміни технічно складних побутових товарів затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 11.04.2002 р. № 506 (у редакції від 07.05.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/506-2002-%D0%BF>

12. Про реалізацію окремих положень Закону України "Про захист прав споживачів" затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 19.03.1994 р. № 172 (у редакції від 07.12.2005 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/172-94-%D0%BF>

13. Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 р. № 833 (у редакції від 18.04.2013 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>

14. Правила комісійної торгівлі непродовольчими товарами затверджені наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків України від 13.03.95 р. № 37 (у редакції від 18.02.2008 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0079-95>

15. Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями затверджені наказом Міністерства економіки від 19.04.2007 р. № 103 (у редакції від 06.07.2018) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1181-07>

16. Правила роздрібної торгівлі алкогольними напоями: затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 30 липня 1996 р. № 854 (у редакції від 04.01.2014 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/854-96-п>

17. Правила роздрібної торгівлі непродовольчими товарами затверджені наказом Міністерства економіки України від 19.04.2007 р. № 104 (поточна редакція) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07>

18. Правила роздрібної торгівлі продовольчими товарами затверджено Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України 11.07.2003 N 185 (у редакції від 18.02.2008) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1181-07>

19. Правила роздрібної торгівлі тютюновими виробами: затверджені наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 р. № 218 (у редакції від 01.01.2011 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0679-02>

20. Правила торгівлі у розстрочку фізичним особам затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 30.03.2011 р. № 383 (поточна редакція) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/383-2011-%D0%BF>

21. Правила побутового обслуговування населення затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 16.05.1994 р. № 313 (у редакції від 17.01.2014 р.) // База даних

«Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/313-94-%D0%BFBF>

22. Правила роботи дрібно роздрібної торговельної мережі затверджені наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 08.07.1996 р. N 369 (у редакції від 06.07.2018 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0372-96>

23. Правила торгівлі на ринку затверджені наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 26.02.2002 N 57/188/84/105 (у редакції від 09.03.2009 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-02>

24. Правила комісійної торгівлі непродовольчими товарами затверджені наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків України від 13.03.1995 р. № 37 (у редакції від 20.02.2018 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0079-95>

25. Рекомендації щодо організації продажу товарів за зразками затверджені наказом Міністерства економіки України від 20.07.2000 р. (станом на 26.03.2007 р.) // Закони України. URL: <http://www.uazakon.com/document/spar>

26. Про захист споживачів при зазначенні цін на товари, що пропонуються споживачам: Директива Європейського парламенту та Ради 98/6/ЄС від 16.02.1998 р. // Міністерство юстиції. URL: <http://old.minjust.gov.ua/45878>

27. Про захист споживачів щодо контрактів, укладених поза діловими приміщеннями: Директива Ради 85/577/ЄЕС від 20.12.1985 р. // Міністерство юстиції. URL: <http://old.minjust.gov.ua/45878>

28. Щодо несправедливих умов споживчих договорів: Директива Ради 93/13/ЄЕС від 05.04.1993 р. // Міністерство юстиції URL: <http://old.minjust.gov.ua/45878>

Додаткова література

1. Блажівська Н. Є. Електронний правочин у цивільному праві України: монографія // Навчальні матеріали онлайн. Київ: Алерта, 2014. 240 с. URL: http://pidruchniki.com/68093/pravo/elektronniy_pravochin_elektronna_forma_pravochi_nu

2. Борисова Ю. До проблеми входження «електронної» форми правочину в традиційну класифікацію форм правочину // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Юридичні науки. Київ: Київ. ун-т, 2018. Вип. 88. С. 93–95.

3. Верхола Ю.В. Права споживача при придбанні товару належної якості / Верхола Ю.В. // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право».- 2015 р.- № 37 т.1. – с.110-112.

4. Грабовська Г.М.Форми захисту прав споживачів у випадку придбання ними товарів неналежної якості / Право і суспільство.- 2014.- №4.- С.62-66

5. Дзюбенко О. Л. Загальна характеристика договору роздрібної купівлі-продажу товарів та його різновидів // Форум права. 2013. № 1. С. 256–261.

6. Договір купівлі-продажу / Л. М. Горбунова, С. В. Богачов, І. Ф. Іванчук, Ю. В. Трало та ін.; М-во юстиції України. Київ: Поліграф-Експрес, 2006. 61 с.

7. Договірне право України. Особлива частина: навч. посіб. / Т. В. Бондар, О. В. Дзера, Н. С. Кузнецова [та ін.]: за ред. О. В. Дзери. Київ: Юрінком Інтер, 2009. 1200 с.

8. Договірне регулювання приватноправових відносин в умовах євроінтеграційних процесів в Україні: монографія / за заг. ред. академіка НАПрН України О. Д. Крупчана; наук. ред. А. Б. Гриняк. Київ, 2017. 334 с.

9. Дудла І.О.Захист прав споживачів: навчальний посібник / І.О.Дудла.-К.: Центр учбової літератури, 2007.- 448с.

10. Єгоричева О. Ю. Цивільно-правова відповідальність за продаж споживачам товарів неналежної якості: автореф. дис. ... юрид. наук: 12.00.03 / Нац. акад. прав. наук України, НДІ приват. права і підприємництва ім. Ф. Г. Бурчака. Київ, 2014. 20 с.

11. Коваленко О. В. Особливості застосування електронної форми договору // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Юридичні науки. Херсон, 2019. Вип. 3. Т. 1. С. 71–75.
12. Лащак В.В. Система захисту прав споживачів у провідних країнах світу Система захисту прав споживачів у провідних країнах світу / В. В. Лащак, Т. В. Лащак // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : збірник наукових праць / ред. кол. :І. Д. Пасічник, О. І. Дем'янчук. – Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – Випуск 25. – С. 15–18.
13. Мазаракі А.А., Язвінська О.М., Ніколаєва Л.В., Притульська Н.В., Іваненко Л.М. Захист прав споживачів: соціально-правовий аспект / Київський національний торговельно-економічний ун-т / Л.В. Ніколаєва (заг ред.). – К.:КНТЕУ, 2002. – 311 с.
14. Менів Л.Д. Соціально-правова характеристика споживача та його прав / Соціологія права: науково-практичний журнал.- 2016.- №3-4.- с.73-79
15. Менів Л.Д.Окремі питання захисту прав споживачів при придбанні товарів належної якості / Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право».- 2016 р.- № 40. – с.55-62
16. Осетинська Г. А. Цивільно-правовий захист прав споживачів за законодавством України: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2006. URL:<http://mego.info>
17. Паєнок А. О. Про деякі недоліки правового захисту покупця при купівлі ним товару неналежної якості за договором роздрібної купівлі-продажу // Нові завдання та напрямки розвитку юридичної науки у XXI: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 3–4 лют. 2019 р.). Одеса: Міжнар. гуманітарний ун-т, 2017. С. 96–100.
18. Паєнок А. О. Реклама та оферта при укладенні договорів роздрібної купівлі-продажу товарів // Právna veda a prax: Výzvy moderných európskych integračných procesov: zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie, (Bratislava, 27–28 novem. 2015). Bratislava: Paneurópska vysoká škola, Fakulta práva, 2015. S. 236–239.
19. Паєнок А. О. Розмежування дистанційного способу продажу товару та продажу товару за зразками у договорі роздрібної купівлі-продажу // Právna veda a prax v treťom tisícročí: zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie (Košice 27–28 feb. 2015). Košice: Univerzita Pavla Jožefa Šafarika v Košiciach «Právnická fakulta», 2015. S. 70–72.
20. Плахтій Ю. Нормативно-правове забезпечення у сфері захисту прав споживачів / Ю.Плахтій, Р.Байцар // Вимірювальна техніка та технологія.- 2013.- №74.- С.84-88.
21. Утехін І. Складові виконання договору купівлі-продажу // Юридична Україна. 2011. № 1. С. 52–55.
22. Філатова Н. Ю. Регулювання особливостей укладення електронних договорів: порівняльно-правовий аналіз // Проблеми законності: зб. наук. праць. Харків, 2017. С. 63–77.

ЛЕКЦІЯ №7

ТЕМА: ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ.

ПЛАН

1. Загальна характеристика механізму захисту прав та інтересів споживачів.
2. Загальні положення про цивільно-правову відповідальності за порушення прав споживачів.
3. Загальні положення про адміністративну відповідальності за порушення прав споживачів.
4. Загальні положення про кримінальну відповідальності за порушення прав споживачів.
5. Загальні положення про фінансову відповідальності за порушення прав споживачів.

1. Загальна характеристика механізму захисту прав та інтересів споживачів.

Права споживачів у розвинутому суспільстві потребують належного захисту, передбаченого різними галузями права, зокрема, цивільного, адміністративного, кримінального. потреба у реалізації права на захист виникає при настанні відповідного юридичного факту - правопорушення. Тобто реалізація або здійснення права на захист не існує сама по собі, а зумовлена відповідними правовими передумовами і втілюється в правовідношенні. Думається, що реалізація права на захист проходить скрізь усі рівні механізму правового регулювання — правову норму, правосуб'єктність та правовідношення, що виникає внаслідок правопорушення. У такому розумінні можна стверджувати про існування окремого механізму захисту відповідних цивільних прав і, у тому числі, прав споживачів.

Визначення правового захисту з точки зору його „динамічності” міститься у деяких наукових дослідженнях цієї проблеми. Зокрема, Г.М.Стоякін зазначає, що правовий захист включає три моменти: видання норм, які встановлюють права та обов'язки, визначають порядок їх здійснення, захисту та застосування санкцій; діяльність суб'єктів із здійснення і захисту своїх суб'єктивних прав; попереджувальна діяльність держави і громадських організацій, а також діяльність з реалізації правових санкцій.

Механізм захисту цивільних прав і, зокрема, прав споживачів складається з певних елементів. Спосіб захисту – це обраний особою-споживачем, право якої порушене, конкретний вид вимог, з яким споживач може звернутися до уповноваженого органу для їх примусового задоволення, спрямованих на відновлення порушеного права або конкретний вид самостійних дій, спрямованих на захист порушеного права.

Загально-цивільні способи захисту цивільних прав та інтересів, складовою частиною яких є права та інтереси споживачів, визначені в ст. 16 ЦК України. За цією статтею такими способами можуть бути: визнання права; визнання правочину недійсним; припинення дії, яка порушує право; відновлення становища, яке існувало до порушення; примусове виконання обов'язку в натурі; зміна правовідношення; припинення правовідношення; відшкодування збитків та інші способи відшкодування майнової шкоди; відшкодування моральної (немайнової) шкоди; визнання незаконними рішення, дій чи бездіяльності органу державної влади, органу влади Автономної Республіки Крим або органу місцевого самоврядування, їхніх посадових і службових осіб.

В принципі перераховані загально-цивільні способи захисту порушених прав та інтересів можуть застосовуватися також в споживчих правовідносинах, але з можливими особливостями. Необхідно при цьому враховувати, що зазначений перелік способів захисту цивільних прав та інтересів не є вичерпним, адже в тій же ст. 16 ЦК міститься застереження про те, що суд може захистити цивільне право або інтерес іншим способом, що встановлений договором або законом. Такі способи умовно можна назвати *інституційними* та *спеціальними*. Аналіз норм ЦК України та інших актів законодавства України свідчить, що інституційні та спеціальні способи не є рідкісним явищем для правової системи. Так, інституційні способи містяться в нормах окремих договірних правових інститутів ЦК, а спеціальні – в Законі України "Про захист прав споживачів", інших актах законодавства.

Наприклад, згідно з ч. 4 ст. 633 ЦК у разі необґрунтованої відмови підприємця від укладення публічного договору, він має відшкодувати збитки, завдані споживачеві такою відмовою, а в ч. 6 цієї ж статті встановлені додаткові підстави нікчемності публічного договору. Передбачені вони в ст. 708 ЦК, яка визначає права покупця у разі продажу йому товару неналежної якості. Однак найбільше спеціальних способів захисту зафіксовано в ЗУ "Про захист прав споживачів". Зокрема, в ст. 8 визначаються особливості реалізації прав споживача у разі придбання ним товару неналежної якості, ст. 10 визначає особливості реалізації прав споживача у разі порушення умов договору про виконання робіт (надання послуг), ст. 11 визначає специфіку реалізації прав споживача в разі придбання ним продукції у споживчий кредит, ст. 12 визначає специфіку реалізації прав споживача в разі укладення договору поза торговельними або офісними приміщеннями, ст. 13 визначає специфіку реалізації прав споживача у разі укладення договору на відстані, статті 13 і 14 встановлюють посилені гарантії забезпечення права споживача на безпеку продукції (товарів, наслідки

робіт) та на інформацію, ст. 16 визначає специфіку застосування майнової відповідальності за шкоду, завдану дефектною продукцією або продукцією неналежної якості, ст. 17 визначає специфіку реалізації прав споживача у сфері торговельного та інших видів обслуговування, ст. 18 встановлює перелік додаткових підстав визнання недійсними умов договорів, що обмежують права споживача, ст. 23 визначає специфіку відповідальності за порушення законодавства про захист прав споживачів, статті 24-25 визначають специфіку способів захисту прав споживачів громадськими організаціями споживачів, статті 26-28 визначають специфіку захисту прав споживачів органами влади адміністративними способами.

Особливого розвитку в ЗУ "Про захист прав споживачів" отримала система підстав визнання недійсними умов договорів, що обмежують права споживача (ст. 18). Так, відповідно до ст. 18 Закону продавцю, виробнику, виконавцю забороняється включати у договори із споживачем несправедливі умови, закладені всупереч принципу добросовісності, внаслідок чого виникає істотний дисбаланс договірних прав та обов'язків на шкоду споживача. У цій статті передбачено 16 видів несправедливих умов. Якщо положення договору визнано несправедливим, то вони можуть бути змінені або визнані недійсними на вимогу споживача.

Крім того, статтею 19 Закону передбачено десятки видів нечесної підприємницької практики, яка має прояви недобросовісної конкуренції або ознаки діяльності, що вводить в оману споживача або є агресивною. При цьому наведені переліки видів нечесної підприємницької практики не є вичерпним. Правочини, здійснені з використанням нечесної підприємницької практики, є недійсними.

Звичайно положення статей 18, 19 Закону в редакції 2005 р., як і багато інших положень Закону, спрямовані на підвищення захисту прав споживачів. Водночас варто відзначити односторонній характер вимог Закону, спрямований виключно на встановлення в багатьох випадках надмірно завищених вимог до продавців, виробників, виконавців і відсутністю будь-яких вимог щодо обов'язків споживача, що фактично повністю ліквідує дію принципу свободи договору. Наприклад, сумнівним є положення п. 3 ст. 16 Закону про те, що несправедливою є умова договору про "встановлення жорстких обов'язків споживача".

Все наведене свідчить про те, що спеціальні способи настільки різноманітні, що певною мірою превалюють над загально-цивілістичними.

Загальний аналіз окремих елементів механізму захисту прав споживачів дозволяє визначити його поняття як сукупність закріплених у законодавстві регуляторів впливу, які визначають:

- а) права споживачів на звернення за захистом своїх порушених споживчих прав до суду, до громадських організацій споживачів, до органів виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та органів місцевого самоврядування;
- б) процедуру та умови звернення за захистом до юрисдикційних органів;
- в) види способів захисту прав споживачів (загально-цивілістичні, інституційні та спеціальні), зміст яких полягає у встановленні додаткових обов'язків для підприємців (суб'єктів господарювання) з метою підвищення рівня захищеності прав та інтересів споживачів та у встановленні додаткових гарантій підвищення ефективності реалізації споживачами своїх прав та їх захисту у разі порушення.

Крім того, чинне законодавство України надає можливість захисту прав споживачів в адміністративному порядку. Проте Закон України „Про захист прав споживачів” нечітко регламентує цей порядок захисту, оскільки не встановлюється перелік усіх державних органів, до яких споживач може звернутися за захистом.

Захист прав споживачів може здійснюватися за допомогою таких засобів як позов, якщо передбачається судовий захист, заява або скарга для спеціального захисту відповідними державними органами.

Споживачам, згідно з діючим законодавством дозволяється вибір засобів захисту порушеного права. При будь-якому виді порушення, споживач вправі обрати засобом захисту заяву до органів державної влади або позов до суду.

2. Загальні положення про цивільно-правову відповідальність за порушення прав споживачів.

Споживчі правовідносини за своєю правовою природою є цивільними, то відповідно відповідальність за порушення умов споживчих договорів має базуватися на загально-цивільністичній концепції відповідальності за наявності в діях порушника усіх умов цивільного правопорушення, якщо інше не передбачено договором або законом, зокрема, ЗУ "Про захист прав споживачів".

Відповідно до ст. 614 ЦК особа, яка порушила зобов'язання, несе відповідальність за наявності її вини (умислу чи необережності), якщо інше не встановлено договором або законом. Особа є невинуватою, якщо вона доведе, що вжила всіх залежних від неї заходів щодо належного виконання зобов'язання.

У зв'язку з цим постає питання про поширення наведеного положення на відносини за участю споживачів, на які поширюється дія Закону України "Про захист прав споживачів". Загальної норми щодо вирішення цього питання в ЦК немає.

В юридичній науці є загальновизнаною концепція вини, яка відображає психічне ставлення особи до своєї протиправної поведінки та її наслідків, і вважається, що вона є суб'єктивною підставою цивільно-правової відповідальності. При цьому форма вини (умисел, необережність) у цивільному праві не впливає на розмір відповідальності порушника, тобто цивільна відповідальність можлива за наявності вини у будь-якій формі. Водночас, цивільне законодавство передбачає випадки відповідальності без вини (незалежно від вини). Наприклад, професійний зберігач відповідає за незбереження речі в усіх випадках, якщо не доведе, що це трапилося із-за дії непереборної сили або небезпечних властивостей, про які зберігач не знав і не повинен був знати (ст. 950 ЦК). Ст. 616 ЦК фактично припускає звільнення боржника від відповідальності, якщо порушення зобов'язання сталося з вини кредитора.

Що стосується відповідальності боржника у споживчих правовідносинах, то в законодавстві це питання однозначного вирішення не знайшло, за окремими винятками. Один із таких очевидних винятків передбачений статтею 1209 ЦК, згідно з якою продавець, виготовлювач товару, виконавець робіт (послуг) зобов'язаний відшкодувати шкоду, завдану фізичній або юридичній особі внаслідок конструктивних, технологічних, рецептурних або інших недоліків товарів, робіт (послуг), а також недостовірної або недостатньої інформації про них, незалежно від їх вини та факту перебування потерпілого у договірних відносинах з продавцями, виготовлювачами товару та виконавцями робіт(послуг). Ці особи звільняються від відшкодування шкоди, якщо вони доведуть, що шкода виникла внаслідок непереборної сили або порушення потерпілим правил користування або зберігання товару (результатів робіт, послуг). У зв'язку з цим певного коригування вимагає ст. 16 ЗУ "Про захист прав споживачів", у якій визначається майнова відповідальність за шкоду, завдану дефектною продукцією або продукцією неналежної якості. Незважаючи на те, що в Закон України "Про захист прав споживачів" 1 грудня 2005 р., тобто в період дії нового ЦК, були внесені кардинальні зміни, зміст ст. 16 Закону не узгоджується із змістом ст. 1209 ЦК, оскільки в ст. 16 не передбачене пряме застереження про обов'язок продавця, виготовлювача товару, виконавця робіт (послуг) відшкодувати потерпілим споживачам завдану їм "дефектною продукцією" шкоду незалежно від їхньої вини. Таке застереження необхідно передбачити в ст. 16 Закону, незважаючи на те, що в п. 5 цієї статті міститься положення про можливість звільнення виробника (виконавця, продавця) від відповідальності, зокрема, якщо він доведе, що шкоду завдано з вини самого споживача внаслідок порушення ним встановлених правил використання, зберігання чи транспортування продукції або дії непереборної сили, адже таке положення ще не утверджує відповідальність виробника (виконавця, продавця) незалежно від вини в зазначених ситуаціях.

Внесення відповідних коректив вимагає також п. 14 постанови Пленуму ВСУ від 12 квітня 1996 р. № 5 "Про практику розгляду цивільних справ споживачів", в якому не враховані вищевикладені обставини.

Значно складнішою є ситуація щодо порушень самих умов споживчих договорів. Для прикладу спершу проаналізуємо договір роздрібної купівлі-продажу. Так, в ст. 708 ЦК визначаються конкретні вимоги, які може пред'явити покупець (споживач) продавцю у зв'язку з недоліками придбаного товару. Але в цій статті нічого не говориться про умови відповідальності продавця, у тому числі і умови щодо вини в його діях. В ч. 1 міститься лише одне застереження, згідно з яким продавець несе відповідальність лише щодо не застережених ним недоліків товару. В ст. 679 ЦК є частина 2, за якою продавець відповідає за недоліки товару, проданого з гарантією його якості, якщо він не доведе, що вони виникли після його передання покупцеві внаслідок порушення покупцем правил користування чи зберігання товару, дії третіх осіб, випадку або непереборної сили. Однак є сумніви у можливості розповсюдження цієї норми загальної дії на споживчі відносини, які регулюються спеціальним законодавством. Якщо ж звернутися до змісту п. 14 вищезазначеної постанови Пленуму ВСУ, вимоги споживача у зв'язку з неналежною якістю товару не підлягають задоволенню, якщо продавець, виробник доведуть, що недоліки товару виникли внаслідок порушення споживачем правил користування товаром або його зберігання. Така норма також не дає відповіді на питання про обов'язковість встановлення вини продавця (виробника) у такій ситуації.

Враховуючи те, що споживче законодавство покликане встановлювати підвищені гарантії захисту прав споживачів, вважаємо, що продавець, виробник мають нести відповідальність за незастережені недоліки товару незалежно від вини, за винятком випадків, коли ці недоліки виникли з вини самого покупця або внаслідок дії непереборної сили. Відповідно висловлене положення було б доцільно закріпити в ст. 8 ЗУ "Про захист прав споживачів". Подібне застереження було б доречним також у схожій ситуації у разі порушення умов договору про виконання робіт (надання послуг), оскільки відповідно до п. 6 ст. 10 ЗУ "Про захист прав споживачів", тут також безпосередньо не утверджується принцип відповідальності незалежно від вини, що не відповідає вимогам ст. 906 ЦК, в якій утверджується загальний принцип відповідальності виконавця за порушення договору про надання послуг у разі наявності його вини, але, якщо виконавець, який порушив договір про надання платних послуг, є підприємцем, то він не відповідає за це порушення лише за наявності непереборної сили, якщо інше не встановлено договором або законом. Як відомо, у відносинах з надання платних послуг споживачам виготівник завжди є суб'єктом підприємницької діяльності. Тому вищезазначене застереження мало б бути передбачене також в ст. 10 Закону України "Про захист прав споживачів".

Відшкодування збитків, завданих споживачам.

Відшкодування збитків прийнято вважати універсальною (загальною) формою цивільно-правової відповідальності. В ст. 22 ЦК визначено поняття збитків, якими є: 1) втрати, яких особа зазнала у зв'язку зі знищенням або пошкодженням речі, а також витрати, які особа зробила або мусить зробити для відновлення свого порушеного права (реальні збитки); 2) доходи, які особа могла б реально одержати за звичайних обставин, якби її право не було порушене (упущена вигода). При цьому в цій же статті (ч. 3) встановлюється презумпція відшкодування шкоди у повному обсязі (тобто усі види збитків), якщо договором або законом не передбачено відшкодування у меншому або більшому розмірі.

Таким чином, цивільно-правова відповідальність характеризується тим, що вона є майновою і як і будь-який інший інститут даної галузі ґрунтується на основних принципах цивільного права, які мають бути притаманні також споживчому законодавству. На жаль, правові засади в ньому не визначені.

Проте, у Законі України „Про захист прав споживачів” цивільно-правова відповідальність не знайшла повного об'єднання усіх, присвячених її регламентації норм, в окрему статтю чи групу статей. Вважаємо, що з метою підвищення захисту прав споживачів норми, що стосуються регламентації цивільної відповідальності, мають бути виділені в окремі статті. Права споживачів у сфері надання послуг одержать більш досконалого законодавчого регулювання, якщо у Законі „Про захист прав споживачів” з'явиться стаття „Майнова відповідальність за порушення прав споживачів у сфері надання послуг”.

Так, споживач, згідно із положеннями Закону України „Про захист прав споживачів”, має право на застосування такої міри відповідальності як відшкодування збитків у наступних випадках: 1) якщо виконавець своєчасно не приступає до виконання договору або виконує роботу так повільно, що закінчення її в обумовлений строк стає неможливим (п.1 ст. 10); 2) при невиконанні вимоги замовника щодо усунення недоліків послуги у певний строк, якщо при наданні послуги стане очевидним, що вона не зможе бути виконана у відповідності з умовами договору (п. 2 ст. 10); 3) у разі виявлення недоліків у виконаній роботі у разі усунення недоліків самостійно споживачем або із залученням третьої особи (п. 3 ст. 10); 4) при наявності у послугах істотного відхилення від умов договору або інших істотних недоліках (п. 4 ст. 10); 5) якщо надання недостовірної інформації суб’єктом господарської діяльності про послугу або виконавця спричинило: набуття споживачем продукції за відсутністю в неї необхідних споживачеві властивостей; неможливість використання придбаної продукції за призначенням, а необхідна інформація не була надана у відповідний (не більше 1 місяця) строк; нанесення збитків природним об’єктам, що знаходяться у власності споживача при нанесенні шкоди життю, здоров’ю або майну споживача (п. 7 ст. 15). В усіх перерахованих випадках споживач має право вимагати відшкодування збитків та розірвання договору.

Однак в деяких випадках споживач має право вимагати відшкодування збитків у повному обсязі. Це можливо у випадках, коли шкода заподіюється життю, здоров’ю або майну споживача внаслідок інформаційних вад про продукцію та виробника чи завдається дефектною продукцією або її неналежною якістю (п. 7 ст. 15, п. 1 ст. 16 Закону). Безумовно, за таких обставин важко сказати, що законодавець в одних випадках свідомо передбачив стягнення збитків, а в інших – збитків в повному обсязі. Проте необхідне застереження, що в ст. 16 ЗУ "Про захист прав споживачів" вживається термін "шкода", а не збитки. В принципі тут не можна вбачати наявність вади у вживанні такої термінології, адже аналіз ст. 22 ЦК дає підстави вважати, що законодавець відшкодування збитків розглядає лише як один із способів відшкодування шкоди. Тобто шкода є більш широким поняттям, по відношенню до збитків. Інша справа, що логічності у застосуванні цих понять в законодавстві не спостерігається.

В одних статтях Закону „Про захист прав споживачів” вказується на відшкодування збитків, а в інших — на відшкодування шкоди. Але ж збитки вважаються формою відповідальності (мірою відповідальності), оскільки їх відшкодування (за певних умов, що входять до складу правопорушення) покладається на правопорушника. Проте Закон України „Про захист прав споживачів” вказує на можливість відшкодування шкоди (ст.17). Тобто форма (міра) відповідальності може полягати і в будь-якому іншому відшкодуванні.

Неустойка як форма (міра) відповідальності за порушення прав споживачів.

Законодавство про захист прав споживачів передбачає не лише стягнення збитків за порушення прав споживачів, а й встановлює таку форму відповідальності як неустойка.

Цивільно-правова відповідальність за порушення договірних зобов’язань за участю споживачів у вигляді неустойки передбачена у Законі України „Про захист прав споживачів” та деяких інших нормативно-правових актів, що регулюють відносини у даній сфері. На жаль, в Законі лише в трьох випадках законодавець надає споживачеві право застосувати до порушника санкцію у формі неустойки (статті 8, 10, 11). Звичайно, сторони можуть передбачити неустойку на свій розсуд в договорі. Однак, на практиці це буває надзвичайно рідко, адже за чинним законодавством саме на продавців, виробників, виконавців послуг покладається більше обов’язків, порівняно із споживачами, і за таких обставин підприємці не зацікавлені покладати в договорі на себе додаткову відповідальність. Тому доцільно, щоб у споживчому законодавстві була передбачена оптимальна система неустойок щодо істотних порушень умов споживчих договорів.

Загальні правові засади неустойки визначені в ЦК України, зокрема в статтях 549-552, 611, 622, 624. В ст. 549 ЦК неустойкою (штрафом, пенєю) визнається грошова сума або інше майно, які боржник повинен передати кредиторіві у разі порушення боржником зобов’язання.

Серед основних правових засад неустойки виділимо наступні:

- 1) підставою сплати неустойки є порушення договору;
- 2) розмір неустойки визначається договором або законом;
- 3) сплата неустойки не звільняє боржника від виконання свого обов'язку в натурі або від відшкодування збитків, якщо інше не передбачено договором або законом;
- 4) якщо за порушення зобов'язання встановлено неустойку, то вона підлягає стягненню у повному обсязі, незалежно від відшкодування збитків (штрафна неустойка).

Проте аналіз норм про застосування цивільної відповідальності у разі порушення прав споживачів у сфері надання послуг не надає нам можливості стверджувати, що неустойка є найбільш розповсюдженою мірою захисту прав споживачів. Частіше на практиці позови стосуються відшкодування збитків. Однак не можна недооцінювати неустойку, оскільки вона також є ефективним способом захисту прав споживачів.

На наш погляд, загальна норма про законну неустойку надає можливість застосувати її при порушенні будь-якого виду зобов'язань з надання послуг. Абсолютно чітко визначається в законодавстві одна умова правопорушення — прострочення надання послуги (ст. 10 Закону України „Про захист прав споживачів”), за що встановлено неустойку в розмірі трьох відсотків від вартості замовлення за кожен день (годину) прострочення.

Неустойці, як формі цивільно-правової відповідальності за порушення прав споживачів, властиві такі риси, визначені її предметом та методом правового регулювання, а саме: підставою сплати неустойки є порушення прав споживачів; майновий характер (грошова сума або інше майно, які боржник (продавець, виконавець) повинен передати споживачеві у разі порушення ним його прав споживача; надходження суми сплаченої неустойки на користь споживача; можливість бути передбаченою, крім чинного законодавства, угодою між споживачем та боржником (продавцем, виконавцем); залежність застосування до боржника (продавця, виконавця) неустойки від бажання споживача; компенсаційний характер неустойки; сплата (передання) неустойки не звільняє боржника (продавця, виконавця) від виконання свого обов'язку в натурі перед споживачем; сплата (передання) неустойки не позбавляє споживача права на відшкодування йому збитків, завданих невиконанням або неналежним виконанням зобов'язання.

Так, в п.9 ст. 8 Закону України «Про захист прав споживачів» передбачено, що за кожний день затримки виконання вимоги про надання товару аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) та за кожний день затримки усунення недоліків понад встановлений строк (чотирнадцять днів) споживачеві виплачується неустойка відповідно в розмірі одного відсотка вартості товару. Ми підтримуємо позицію Осетинської Г.А., що у зв'язку з цим необхідно внести відповідні зміни до ст. 8 ЗУ “Про захист прав споживачів”. Це означає, що розмір неустойки невідремонтованої вчасно, наприклад, пральної машини вартістю 1000 грн буде становити всього лише 10 грн. За таких обставин аж ніяк не можна говорити про ефективність застосування неустойки у такому невеликому розмірі.

На практиці у зв'язку із застосуванням цієї форми цивільно-правової відповідальності продавця (виконавця) нерідко виникають деякі проблеми. Так, ст. 8 Закону «Про захист прав споживачів» передбачає сплату неустойки за порушення строків виконання вимог споживача. Однак, Закон встановлює неустойку тільки за прострочення виконання вимог споживача про заміну або ремонт товару та затримки виконання вимоги про надання товару аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації). При цьому не встановлені ні строки, ні відповідальність за відмову розірвати договір або зменшити покупну ціну товару. Суди, діючи за аналогією, стягують неустойку і в цих випадках. У зв'язку з цим виникає питання про те, виходячи з якої ціни необхідно обчислювати неустойку, і вирішується воно щоразу по-різному.

Наступна неустойка встановлена статтею 10 Закону «Про захист прав споживачів». Згідно з п. 5 цієї статті, якщо виконавець не може виконати роботу (надання послуги) згідно з договором, за кожний день (кожну годину, якщо тривалість виконання визначено у годинах) прострочення споживачеві сплачується пеня у розмірі трьох відсотків вартості роботи (послуги), якщо інше не передбачено законодавством. У разі коли вартість роботи

(послуги) не визначено, виконавець сплачує споживачеві неустойку в розмірі трьох відсотків загальної вартості замовлення.

Сплата виконавцем неустойки (пені), встановленої в разі невиконання, прострочення виконання або іншого неналежного виконання зобов'язання, не звільняє його від виконання зобов'язання в натурі.

Цією статтею передбачено право споживача стягувати неустойку за порушення встановлених договором термінів початку і закінчення виконання роботи (надання послуги) і проміжних строків виконання роботи (надання послуги), а також призначених споживачем нових термінів, протягом яких виконавець повинен приступити до виконання роботи (надання послуги), її етапу та (або) виконати роботу (надати послугу), її етап.

Неустойка стягується в розмірі 3% ціни окремого виду виконання роботи (надання послуги) або загальної ціни замовлення, якщо ціна окремого виду виконання роботи (надання послуги) не визначено договором, за кожний день (годину, якщо термін визначено у годинах) прострочення аж до початку виконання роботи (надання послуги), її етапу або закінчення виконання роботи (надання послуги), її етапу або до пред'явлення споживачем інших вимог.

Неустойка в розмірі, передбаченому п. 5 ст. 10 Закону, на нашу думку, має бути передбачена і в інших випадках, зокрема, за порушення термінів усунення недоліків, а також термінів задоволення таких вимог споживача: про зменшення ціни за виконану роботу (надану послугу), про відшкодування витрат по усуненню недоліків виконаної роботи (наданої послуги) своїми силами або третіми особами, а також про повернення сплаченої за роботу (послугу) грошової суми і відшкодування збитків, заподіяних у зв'язку з відмовою від виконання договору.

Законом встановлена також неустойка за порушення прав споживачів при укладанні договору про надання споживчого кредиту. Так, згідно з п. 6 ст. 11 Закону споживач має право протягом чотирнадцяти календарних днів відкликати свою згоду на укладення договору про надання споживчого кредиту без пояснення причин, а кредитодавець зобов'язаний повернути споживачеві кошти, сплачені ним згідно з договором, але не пізніше ніж протягом семи днів. За кожний день затримки повернення споживачу коштів понад установлений строк (сім днів), споживачеві виплачується неустойка у розмірі одного відсотка суми, належної до повернення кредитодавцем. Ми не погоджуємося з думкою Осетинської Г.А., що в п. 6 ст. 11 Закону встановлено неустойку кредитодавця за порушення вторинного обов'язку, яке може бути рідкісним явищем, і не встановлено неустойку за порушення ним свого основного обов'язку – своєчасно в установлений термін надати споживачеві кредит. Як свідчить практика, споживач часто наполягає на розірванні договору споживчого кредиту, якщо товар йому не підійшов за фасоном, кольором, розміром, габаритами чи з інших причин не може бути використаний ним за призначенням. Ці обставини є основною підставою такого розірвання і не є рідкісним явищем на сьогодні.

В п. 6 ст. 11 Закону також чітко не вказується, про які саме кошти йдеться. Хочемо зауважити, що на практиці має місце укладання одночасно з договором споживчого кредиту і договору страхування та сплата різних комісій. Тому, вважаємо, що неустойка має бути виплачена споживачеві не тільки тоді, коли вчасно не повертаються йому кошти, сплачені згідно із договором споживчого кредиту, але й у інших випадках, коли для укладання договору споживчого кредиту споживач повинен був витратити власні кошти (страхування, комісія, доставка товару тощо), а вони не повертаються у зв'язку із відкликанням згоди на укладання договору споживчого кредиту.

Ми погоджуємося з думкою Осетинської Г.А., що з метою підвищення договірної дисципліни продавців, виробників, виготівників (виконавців) доцільно бути б розширити коло підстав застосування штрафної неустойки у диференційованому розмірі за порушення продавцями, виробниками, виконавцями основних обов'язків за усіма споживчими договорами.

А виходячи з того, що в Законі України “Про захист прав споживачів” є чимало правових норм, за порушення яких не передбачено жодної юридичної відповідальності,

передбачити в таких випадках стягнення неустойки було б на часі. Це, зокрема, в таких випадках, як порушення вимог щодо обчислення гарантійних термінів (ст. 7 Закону); обмеження прав споживачів на вільний вибір товарів і послуг, примушування споживача придбавати товари і послуги неналежної якості або непотрібного йому асортименту (ч. 2 ст.17 Закону); відмова продавця (виконавця) у визначений Законом термін провести експертизу товару (роботи, послуги) для визначення причини втрати його якості (ч. 4 ст. 17 Закону); невиконання вимог Закону щодо доставки великогабаритних товарів і товарів вагою понад 5 кг на експертизу (ремонт) за рахунок продавця (виробника) (ч. 5 ст.8 Закону); невиконання вимог та положень законодавства щодо обміну товару належної якості (ст. 9 Закону); порушення принципу рівності сторін договору, учасником якого є споживач (ст. 21 Закону); ціну продукції визначено неналежним чином (ст. 21 Закону); документи, які підтверджують виконання договору, учасником якого є споживач, своєчасно не надано споживачу (ст. 21 Закону) тощо.

Звичайно, сторони можуть передбачити неустойку на свій розсуд в договорі. Однак, на практиці це буває надзвичайно рідко. Це пов'язано з тим, що сторони не є рівними за своїми можливостями впливати на формування його умов. Як правило споживач не завжди має реальні можливості здійснювати вплив на контрагента з метою виконання передбаченого договором зобов'язання, а останній може диктувати за договором споживачу свою волю. Продавець (виконавець) як економічно сильніша сторона, може нав'язувати умови договору

Також хочемо зауважити, що споживачу, який звертається до суду із позовними вимогами про стягнення неустойки слід пам'ятати, що відповідно до згідно із п. 1 ч. 2 ст. 258 ЦК України до позовних вимог про стягнення неустойки застосовується позовна давність в один рік. Отже у випадку, якщо неустойкою забезпечується виконання зобов'язання, на яке розповсюджується загальна позовна давність, право на таке стягнення втрачається лише зі спливом строку позовної давності щодо основної вимоги. Таким чином, скорочена позовна давність стосовно неустойки означає можливість її стягнення за один рік, за умови, якщо не сплив строк позовної давності щодо основної вимоги.

Враховуючи, що Закон України «Про захист прав споживачів» не містить будь-яких вилучень із загальних правил нарахування та стягнення неустойки, суд має право зменшити розмір неустойки, якщо вона явно не відповідає наслідкам порушення зобов'язань. При цьому судом повинні бути прийняті до уваги ступінь виконання зобов'язання боржником, майновий стан позивача тощо.

Отже, викладене дозволяє зробити такі висновки: Неустойка за порушення прав споживачів може бути не тільки законною, але й договірною. Найчастіше у разі порушення прав споживачів застосовується законна неустойка, рідше – договірна у зв'язку з тим, що сторони правовідносин не є рівними за своїми можливостями впливати на формулювання умов договору. Неустойка не є найбільш розповсюдженою мірою захисту прав споживачів. Частіше на практиці позови стосуються відшкодування збитків. Однак не можна недооцінювати неустойку, оскільки вона також є ефективним способом захисту прав споживачів. Критерії зменшення розміру неустойки повинні визначатися в кожному конкретному випадку в залежності від конкретних обставин справи у зв'язку з чим передбачити абсолютно всі відповідні критерії у законі просто неможливо

Відшкодування споживачам моральної шкоди.

Одним з найбільш проблемних питань теорії і практики цивільної відповідальності є питання відшкодування негативних наслідків спричинення моральної шкоди. Не втрачає своєї актуальності дана проблема і в сфері захисту прав споживачів.

Відшкодування моральної (немайнової) шкоди у сучасному цивільному законодавстві України визначається як один із способів захисту цивільних прав (ст.16 ЦК України). Реалізація даного способу захисту пов'язана з певними проблемами, зокрема такими, як встановлення факту завдання фізичних та психічних страждань потерпілому, визначення розміру компенсації моральної шкоди, допустимість компенсації моральної шкоди без вини, співвідношення матеріальної та моральної шкоди тощо.

Дослідженню проблем інституту відповідальності за завдання моральної (немайнової) шкоди присвячені праці багатьох вчених-цивілістів (О.М.Ерделевського, М.С.Малеїна, М.М.Малеїної, Л.В.Щеннікової, Д.В.Бобрової, Р.О.Стефанчука, В.П.Паліюка, С.І.Шимон та ін.). Проте залишаються недостатньо вивченими деякі аспекти даної проблеми, які стосуються захисту прав споживачів у сфері надання послуг.

Аналіз чинного законодавства, що регламентує відносини за участю споживачів, призводить до висновку про відсутність чітких та взаємоузгоджених положень стосовно відшкодування споживачам моральної шкоди при порушенні їх прав.

Так, у ст. 3 Закону України „Про захист прав споживачів” вказується на можливість застосування даного способу захисту у випадках, передбачених законодавством, а у п.2 ст. 22 Закону лише зазначається, що „при задоволенні вимог споживача, суд одночасно вирішує питання про відшкодування моральної шкоди”. Це означає, що для з’ясування підстав, умов та інших аспектів реалізації права споживачів на відшкодування моральної шкоди, необхідно здійснити аналіз загальних теоретичних проблем цивільної відповідальності та її окремого різновиду — відповідальності за спричинення моральної шкоди, а також аналіз окремих положень ЦК України щодо правових засад моральної шкоди та провести їх порівняльний аналіз з відповідними нормами законодавства про захист прав споживачів.

Вважаємо, що у Законі України „Про захист прав споживачів” мали б бути більш чітко врегульовані відносини стосовно відповідальності за порушення прав споживачів і, зокрема, такий найбільш складний її вид, як відповідальність за завдання моральної (нематеріальної) шкоди споживачеві. За таких обставин визначальними для вирішення питань відшкодування моральної шкоди споживачам є відповідні положення ЦК України. Основні з них сформульовані у ст. 23 ЦК, яка визначає загальні правові засади відшкодування моральної шкоди як способу захисту суб’єктивних цивільних прав. Натомість у ст. 16 ЦК йдеться про "моральну" та "немайнову" шкоду. Розмежування цих понять було предметом наукових дискусій у цивілістиці. Більшість науковців дійшла висновку, що термін "моральна шкода" слід застосовувати виключно щодо фізичної особи, а термін "немайнова шкода" – щодо аналогічних втрат юридичної особи. У ЦК України та інших актах законодавства зазначені терміни вживаються як тотожні, що буде мати місце у даній роботі.

Крім ст. 23 право на відшкодування моральної шкоди передбачається в ЦК також у разі: визнання правочину недійсним (статті 216, 225, 227, 230, 233); посягання на особисті немайнові блага та права на життя та здоров’я (статті 276, 280, 298, 1167, 1168 та ін.); посягання на майнові права особи (статті 332, 386, 611); порушення умов договору (статті 611, 700); розголошення банківської таємниці (стаття 1076).

Є проблемою встановлення розміру відшкодування моральної шкоди, адже відсутня чітка методика нарахування розміру компенсації моральної шкоди. Новий ЦК України не встановлює ніяких меж розміру компенсації моральної шкоди у разі порушення прав споживачів.

Новий Цивільний кодекс України надає більш деталізоване поняття моральної шкоди порівняно з раніше діючим цивільним законодавством, зокрема, тим визначенням, що містилося у ст.440 ЦК України 1964 року.

Моральна шкода полягає у фізичному болю та стражданнях, яких фізична особа зазнала у зв’язку з каліцтвом або іншим ушкодженням здоров’я, у душевних стражданнях, яких фізична особа зазнала у зв’язку з протиправною поведінкою щодо неї самої, членів її сім’ї чи близьких родичів, у душевних стражданнях, яких фізична особа зазнала у зв’язку із знищенням чи пошкодженням її майна, у приниженні честі, гідності, ділової репутації (ст.23 ЦК України).

На формування визначення поняття моральної шкоди, очевидно, вплинула Постанова Пленуму Верховного Суду України №4 від 31.03.1995 „Про судову практику в справах про відшкодування моральної (немайнової шкоди)”, відповідно до якої моральна шкода може полягати у приниженні честі, гідності, ділової репутації, моральних переживань у зв’язку з ушкодженням здоров’я, у порушенні нормальних життєвих зв’язків через неможливість продовження активного громадського життя, порушенні стосунків з оточуючими людьми, в

настанні інших негативних наслідків. Звичайно, нині текст Постанови вимагає певного узгодження з ст. 23 ЦК.

Зміст ст. 22 Закону "Про захист прав споживачів" дає підстави авторам вважати, що споживачі мають право на відшкодування моральної шкоди в разі порушення їх майнових прав, передбачених законами та іншими нормативними актами України.

Не менш важливою проблемою у сфері відшкодування моральної шкоди за порушення прав споживачів є оцінка розміру відшкодування. Як правило, споживачі визначають розмір моральної шкоди на свій власний розсуд. На практиці, фактично розмір відшкодування моральної шкоди споживачам визначає суд, керуючись характером і обсягом фізичних і душевних страждань споживача, характером його немайнових втрат. Зокрема, враховуються стан здоров'я споживача, тяжкість вимушених змін у його житті, час і зусилля, необхідні для відновлення попереднього стану, та інші обставини.

Проблема в тому, що сьогодні не існує офіційно затвердженої методики оцінки розміру моральної шкоди у разі порушення прав споживачів. Судді кожен раз встановлюють ступінь вини порушника, характер і обставини заподіяння фізичних і моральних страждань, враховують індивідуальні особливості споживача, вимоги розумності, справедливості та інші обставини, які заслуговують на увагу. Не дивно, що розміри компенсацій за моральну шкоду споживачу істотно відрізняються. Тут занадто багато залежить від суду. Стандартизація в області призначення розмірів компенсацій за моральну шкоду, що означала деяке пом'якшення суб'єктивізму, могла б, по-перше, істотно полегшити роботу суддів, а по-друге, підвищити довіру до суду та захистити права споживачів.

Тому, на нашу думку, доцільно було б встановити хоча б мінімальні норми компенсації моральної шкоди споживачам, щоб забезпечити єдиний підхід до його відшкодування.

Так, наприклад, К. І. Голубев та С. В. Наріжний справедливо зазначають: "звичайно, можна було б сподіватись на те, що судова практика врешті-решт встановить усюди більш чи менш стабільні розміри грошової компенсації моральної шкоди, але при цьому не секрет, що ретельність аналізу роботи наших судів бажає бути кращою. Це відображається і на відсутності бодай якоїсь серйозної та доступної усім суддям систематизації судової практики в частині розміру моральної шкоди, що компенсується"[7].

Відшкодування моральної шкоди може відбуватися як у грошовій, так і в іншій матеріальній формі. Так, в ч. 3 ст. 23 ЦК України вказано, що моральна шкода відшкодовується грошми, іншим майном або в інший спосіб. Із даного визначення слідує той факт, що законодавець визначає саме домінуючою майнову форму компенсації моральної шкоди. Саме через це така форма найбільш часто досліджується в сучасній літературі. Крім цього, інколи зустрічаються позиції, відповідно до яких єдиною можливою формою компенсації моральної шкоди є лише грошове відшкодування [8].

Законодавці залишили за судом право вирішувати форму відшкодування моральної шкоди, в тому числі і за порушення прав споживачів, оскільки у чинному законодавстві чітких меж такої форми не передбачено. У зв'язку з чим у споживача, права якого порушили, може виникати упереджена оцінка своїх понесених страждань, що породжує виникнення нових суперечок.

Таким чином, необхідно констатувати відсутність детального нормативного регулювання інституту компенсації моральної шкоди за порушення прав споживачів. Така ситуація складається у відношенні визначення розміру компенсації моральної шкоди правозастосовчій практиці. Проблема відсутності чітко сформульованих критеріїв та загального методу визначення розміру компенсації моральної шкоди ставить судові органи в складне становище і створює поле значного розкиду і необґрунтованої довільності при його оцінці.

3. Загальні положення про адміністративну відповідальність за порушення прав споживачів.

Адміністративна відповідальність – це відповідальність особи, яка вчинила адміністративну провинність, порушила відповідні правила, встановлені державою.

Завдання та принципи провадження про адміністративні правопорушення, підстави та порядок його здійснення, перелік основних доказів, права і обов'язки осіб, які беруть участь у такому провадженні, порядок оскарження чи опротестування постанов у справах про адміністративні правопорушення, а також порядок виконання цих постанов закріплені у відповідних статтях Кодексу України про адміністративні правопорушення.

Стаття 155 Кодексу України про адміністративні правопорушення передбачає відповідальність за порушення правил торгівлі і надання послуг працівниками торгівлі, громадського харчування та сфери послуг, громадянами, які займаються підприємницькою діяльністю.

Порушення правил торгівлі, виконання робіт і надання послуг працівниками торгівлі, громадського харчування та сфери послуг, громадянами, які займаються підприємницькою діяльністю, тягне за собою накладення штрафу від одного до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Продаж товарів зі складів, баз, підсобних приміщень підприємств (організацій) державної торгівлі (громадського харчування, сфери послуг) і споживчої кооперації на порушення встановлених правил, а так само приховування товарів від покупців, вчинене працівниками підприємств (організацій) державної торгівлі (громадського харчування та сфери послуг) і споживчої кооперації, які не є посадовими особами, тягне за собою накладення штрафу від одного до чотирнадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Дії, вчинені особою, яку протягом року було піддано адміністративному стягненню за такі ж порушення, тягнуть за собою накладення штрафу від п'яти до двадцяти семи неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Стаття 155-1 Кодексу України про адміністративні правопорушення передбачає відповідальність за порушення порядку проведення розрахунків.

Порушення встановленого законом порядку проведення розрахунків у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг тягне за собою накладення штрафу на осіб, які здійснюють розрахункові операції, від двох до п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і на посадових осіб - від п'яти до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Дії, вчинені особою, яку протягом року було піддано адміністративному стягненню за такі ж порушення, тягнуть за собою накладення штрафу на осіб, які здійснюють розрахункові операції, від п'яти до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і на посадових осіб - від десяти до двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Стаття 155-2 Кодексу України про адміністративні правопорушення передбачає відповідальність за обман покупця чи замовника. Обмірювання, обважування, обраховування, перевищення встановлених цін і тарифів або інший обман покупця чи замовника працівниками торгівлі, громадського харчування і сфери послуг та громадянами - суб'єктами підприємницької діяльності під час реалізації товарів, виконання робіт, надання послуг, якщо матеріальна шкода, заподіяна таким обманом, не перевищує три неоподатковуваних мінімуми доходів громадян, тягне за собою накладення штрафу від двох до п'ятнадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Дії, вчинені особою, яку протягом року було піддано адміністративному стягненню за такі ж порушення, тягнуть за собою накладення штрафу від десяти до двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Стаття 156-1 Кодексу України про адміністративні правопорушення передбачає відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів.

Відмова працівників торгівлі, громадського харчування та сфери послуг і громадян, які займаються підприємницькою діяльністю в цих галузях, у наданні громадянам-споживачам необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про товари (роботи, послуги), їх кількість, якість, асортимент, а також про їх виробника (виконавця, продавця), у

навчання безпечного та правильного їх використання, а так само обмеження прав громадян-споживачів на перевірку якості, комплектності, ваги та ціни придбаних товарів тягнуть за собою накладення штрафу від одного до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Відмова особами громадянину-споживачу в реалізації його права в разі придбання ним товару неналежної якості тягне за собою накладення штрафу від одного до вісімнадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Стаття 164-3 Кодексу України про адміністративні правопорушення передбачає відповідальність за недобросовісну конкуренцію.

Незаконне копіювання форми, упаковки, зовнішнього оформлення, а так само імітація, копіювання, пряме відтворення товару іншого підприємця, самовільне використання його імені тягне за собою накладення штрафу від тридцяти до сорока чотирьох неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з конфіскацією виготовленої продукції, знарядь виробництва і сировини чи без такої.

Умисне поширення неправдивих або неточних відомостей, які можуть завдати шкоди діловій репутації або майновим інтересам іншого підприємця, тягне за собою накладення штрафу від п'яти до дев'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Стаття 164-5 Кодексу України про адміністративні правопорушення передбачає відповідальність за зберігання або транспортування алкогольних напоїв чи тютюнових виробів, на яких немає марок акцизного збору встановленого зразка

Зберігання або транспортування алкогольних напоїв чи тютюнових виробів, на яких немає належним чином розміщених марок акцизного збору, або з підробленими чи фальсифікованими марками акцизного збору посадовими особами підприємств-виробників, імпортерів і продавців цих товарів тягне за собою накладення штрафу від двадцяти до ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з конфіскацією таких алкогольних напоїв або тютюнових виробів.

Ті самі дії, вчинені особою, яку протягом року було піддано стягненню за будь-яке з правопорушень, зазначених у частині першій цієї статті, або вчинені у великих розмірах, тягнуть за собою накладення штрафу від ста до трьохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з конфіскацією таких алкогольних напоїв чи тютюнових виробів.

Незаконне зберігання марок акцизного збору тягне за собою накладення штрафу від трьох до п'ятнадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з конфіскацією марок акцизного збору.

Під великим розміром слід розуміти вартість алкогольних напоїв або тютюнових виробів, яка у сто чи більше разів перевищує неоподатковуваний мінімум доходів громадян.

Стаття 167 Кодексу України про адміністративні правопорушення передбачає відповідальність за випуск і реалізацію продукції, яка не відповідає вимогам стандартів

Випуск (в тому числі з ремонту) або реалізація продукції, яка не відповідає вимогам стандартів, сертифікатів відповідності, норм, правил і зразків (еталонів) щодо якості, комплектності та упаковки (за винятком випадків, передбачених законодавством України), тягне за собою накладення штрафу на посадових осіб підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, громадян-власників підприємств чи уповноважених ними осіб від трьох до вісімдесяти восьми неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Стаття 168-1 Кодексу України про адміністративні правопорушення передбачає відповідальність за виконання робіт, надання послуг громадянам-споживачам, що не відповідають вимогам стандартів, норм і правил

Виконання робіт, надання послуг громадянам-споживачам, що не відповідають вимогам стандартів, норм і правил, тягне за собою накладення штрафу на посадових осіб, громадян, які займаються підприємницькою діяльністю, від одного до вісімнадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Стаття 168-2 Кодексу України про адміністративні правопорушення передбачає відповідальність за випуск у продаж продукції з порушенням вимог щодо медичних попереджень споживачів тютюнових виробів.

Випуск у продаж продукції з порушенням вимог щодо медичних попереджень споживачів тютюнових виробів тягне за собою накладення штрафу на посадових осіб від п'яти до тридцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

4. Загальні положення про кримінальну відповідальність за порушення прав споживачів.

Кримінальним кодексом України також передбачено кримінальну відповідальність за порушення прав споживачів.

Так, стаття 227 кодексу передбачає відповідальність за умисне введення в обіг на ринку України (випуск на ринок України) небезпечної продукції

Зокрема, умисне введення в обіг (випуск на ринок України) небезпечної продукції, тобто такої продукції, що не відповідає вимогам щодо безпечності продукції, встановленим нормативно-правовими актами, якщо такі дії вчинені у великих розмірах, -

караються штрафом від трьох тисяч до восьми тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років.

Примітка. Під введенням в обіг (випуском на ринок України) небезпечної продукції, вчиненим у великих розмірах, слід вважати введення в обіг продукції, загальна вартість якої перевищує п'ятсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Також статтю 229 Кримінального кодексу України передбачена відповідальність за незаконне використання знака для товарів і послуг, фірмового найменування, кваліфікованого зазначення походження товару

Так, незаконне використання знака для товарів і послуг, фірмового найменування, кваліфікованого зазначення походження товару, або інше умисне порушення права на ці об'єкти, якщо це завдало матеріальної шкоди у значному розмірі, - караються штрафом від однієї тисячі до чотирьох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Ті самі дії, якщо вони вчинені повторно, або за попередньою змовою групою осіб, або завдали матеріальної шкоди у великому розмірі, - караються штрафом від трьох тисяч до десяти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Дії, передбачені частинами першою або другою цієї статті, вчинені службовою особою з використанням службового становища або організованою групою, або якщо вони завдали матеріальної шкоди в особливо великому розмірі, - караються штрафом від десяти тисяч до п'ятнадцяти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років або без такого.

Примітка. Матеріальна шкода вважається завданою в значному розмірі, якщо її розмір у двадцять і більше разів перевищує неоподатковуваний мінімум доходів громадян, у великому розмірі - якщо її розмір у двісті і більше разів перевищує неоподатковуваний мінімум доходів громадян, а завданою в особливо великому розмірі - якщо її розмір у тисячу і більше разів перевищує неоподатковуваний мінімум доходів громадян.

5. Загальні положення про фінансову відповідальність за порушення прав споживачів.

Фінансово-правова відповідальність – це форма державного примусу у сфері фінансової діяльності держави та органів місцевого самоврядування, що полягає у застосуванні компетентними органами державної влади до правопорушника обтяжень майнового характеру у вигляді штрафу та/чи пені.

Відповідно до Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав споживачів фінансових послуг» ненадання, несвочасне надання споживачу фінансових послуг визначеної законодавством інформації про умови надання фінансових послуг або надання недостовірної інформації про фінансову послугу тягнуть за собою відповідальність, встановлену законом.

Органи, які здійснюють державне регулювання ринків фінансових послуг, у межах своєї компетенції застосовують до фінансових установ, інших суб'єктів господарювання, що надають фінансові послуги, та осіб, які надають посередницькі послуги на ринках фінансових послуг, у тому числі кредитних посередників, штрафні санкції за такі порушення прав споживачів:

1) ненадання або надання не в повному обсязі споживачу фінансових послуг перед укладенням договору про надання фінансових послуг визначеної законом інформації про умови надання фінансових послуг в обсязі, передбаченому законодавством, або надання недостовірної інформації про таку послугу - у розмірі від 300 до 600 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян за кожен випадок такого ненадання, надання не в повному обсязі чи надання недостовірної інформації;

2) ненадання за запитом споживача фінансових послуг проекту договору про фінансові послуги, якщо такий обов'язок передбачено законом, - у розмірі від 300 до 600 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян за кожен випадок такого ненадання;

3) ненадання споживачу фінансових послуг у порядку, передбаченому частиною другою статті 6 цього Закону, примірника договору про надання фінансових послуг та додатків до нього (за наявності) - у розмірі від 300 до 600 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян за кожен такий випадок;

4) непроведення оцінки кредитоспроможності споживача перед укладенням договору про фінансову послугу, якщо її обов'язкове проведення передбачено законом, - у розмірі від 300 до 600 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян за кожен випадок непроведення перевірки;

5) укладення договору про надання фінансових послуг не в письмовій формі (якщо укладення договору в письмовій формі передбачено законом) - у розмірі від 300 до 600 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян за кожен такий випадок;

6) збільшення в односторонньому порядку фіксованої процентної ставки або неповідомлення споживача у строк та порядку, встановлені законом, про зміну змінюваної процентної ставки - у розмірі від 500 до 800 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян за кожен такий випадок;

7) неповідомлення надавачем фінансової послуги споживача про відступлення зобов'язання за договором про надання фінансової послуги, якщо обов'язковість такого повідомлення встановлена законом, - у розмірі від 300 до 600 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян за кожен випадок такого неповідомлення.

Відповідно до статі 23 Закону України «Про захист прав споживачів» у разі порушення законодавства про захист прав споживачів суб'єкти господарювання сфери торговельного та інших видів обслуговування несуть відповідальність за:

1) відмову споживачу в реалізації його прав, установлених частиною першою статті 8, частиною першою статті 9 і частиною третьою статті 10 Закону України «Про захист прав споживачів», - у десятикратному розмірі вартості продукції виходячи з цін, що діяли на час придбання цієї продукції, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

2) виготовлення або реалізацію продукції, що не відповідає вимогам нормативно-правових актів стосовно безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів і навколишнього природного середовища, - у розмірі трьохсот відсотків вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше двадцяти п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язковий облік доходів і витрат, - у розмірі п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

3) реалізацію продукції, забороненої відповідним державним органом для виготовлення та реалізації (виконання, надання), - у розмірі п'ятисот відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт

господарської діяльності не веде обов'язковий облік доходів і витрат, - у розмірі ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

4) реалізацію небезпечного товару (отрути, пестицидів, вибухо- і вогнебезпечних речовин тощо) без належного попереджувального маркування, а також без інформації про правила і умови безпечного його використання - у розмірі ста відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару, але не менше двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язковий облік доходів і витрат, - у розмірі двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

5) відсутність необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію або продавця (у випадках, визначених Законом України "Про електронну комерцію") - у розмірі тридцяти відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язковий облік доходів і витрат, - у розмірі п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

б) створення перешкод службовим особам центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, та структурного підрозділу з питань захисту прав споживачів органу місцевого самоврядування у проведенні перевірки якості продукції, а також правил торговельного та інших видів обслуговування - у розмірі від одного до десяти відсотків вартості реалізованої продукції за попередній календарний місяць, але не менше десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язковий облік доходів і витрат, - у розмірі десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

7) невиконання або несвоєчасне виконання припису посадових осіб центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, про усунення порушень прав споживачів - у розмірі двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

8) реалізацію товару, строк придатності якого минув, - у розмірі двохсот відсотків вартості залишку одержаної для реалізації партії товару, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

9) порушення умов договору між споживачем і виконавцем про виконання роботи, надання послуги - у розмірі ста відсотків вартості виконаної роботи (наданої послуги), а за ті самі дії, вчинені щодо групи споживачів, - у розмірі від одного до десяти відсотків вартості виконаних робіт (наданих послуг) за попередній календарний місяць, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

10) обмеження або відмову в реалізації прав споживачів, установлених частиною другою статті 17 Закону України «Про захист прав споживачів», - у розмірі п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

У разі невиконання в добровільному порядку суб'єктами господарювання сфери торгівлі і послуг, у тому числі ресторанного господарства, визначених у статті 26 цього Закону рішень (постанов) центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, та його посадових осіб про накладення стягнення примусове виконання таких рішень (постанов) здійснюється центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері організації примусового виконання рішень судів та інших органів (посадових осіб), в порядку, встановленому Законом України "Про виконавче провадження".

Питання для самоконтролю:

1. Що являє собою механізму захисту прав споживачів?
2. Які правові наслідки порушення прав споживачів?
3. Назвіть несправедливі умови договору, що обмежують права споживача.

4. За які порушення законодавства про захист прав споживачів суб'єкти господарювання сфери торговельного та інших видів обслуговування несуть відповідальність згідно зі ст.23 Закону України «Про захист прав споживачів»?

5. Визначте, в чому полягають особливості цивільно-правової відповідальності за порушення прав споживачів?

6. Проаналізуйте порядок відшкодування збитків, завданих споживачам.

7. Проаналізуйте судову практику щодо відшкодування споживачам завданих збитків у разі порушення їх прав.

8. Охарактеризуйте неустойку як форму відповідальності за порушення прав споживачів. Які є види неустойки?

9. Який порядок та особливості відшкодування споживачам моральної шкоди у разі порушення їх прав?

10. Проаналізуйте судову практику щодо відшкодування споживачам моральної шкоди у разі порушення їх прав.

11. Які особливості адміністративної відповідальності за порушення прав споживачів?

12. Які особливості кримінальної відповідальності за порушення прав споживачів?

13. Які особливості фінансової відповідальності за порушення прав споживачів?

Рекомендована література:

Нормативно-правові акти

1. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР (у редакції від 30.09.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>

2. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1024- XII (у редакції відвід 10.06.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>

3. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII (у редакції від 26.04.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675-19>

4. Про споживче кредитування: Закон України від 15.11.2016 р. № 1734-VIII (у редакції від 15.11.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1734-19>

5. Про відповідальність за шкоду, завдану внаслідок дефекту в продукції: Закон України від 19.05.2011 р. № 47 (поточна редакція) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3390-17>

6. Цивільний кодекс України від 16.03.2003 р. (у редакції від 19.07.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

7. Цивільний процесуальний кодекс України від 18.03.2004 р. (у редакції від 28.08.2018 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1618-15>

8. Про судову практику в справах про відшкодування моральної (немайнової) шкоди: постанова Пленуму Верховного суду України від 31.03.1995 р. № 4 (у редакції від 27.02.2009 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0004700-95> і

Додаткова література

1. Бахрієва З. Р. Особливості припинення договору купівлі-продажу // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія юриспруденція. 2013. № 5. С. 140–144

2. Бондар Т. В. Виконання договірних зобов'язань у цивільному праві: монографія. Київ: Юрінком Інтер, 2005. 272 с.

3. Верховець А. А. Цивільно-правова відповідальність за порушення договору: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Нац. акад. правових наук України, Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького. Київ, 2010. 20 с.

4. Відшкодування моральної та матеріальної шкоди: навч. посіб. / М. К. Галянтич, А. Б. Гриняк, А. І. Дрішлюк [та ін.]; за аг. ред. М. К. Галянтич. Київ: Юрінком Інтер, 2011. 619 с
5. Дзюбенко О. Л. Загальна характеристика договору роздрібної купівлі-продажу товарів та його різновидів // Форум права. 2013. № 1. С. 256–261.
6. Єгоричева О. Ю. Цивільно-правова відповідальність за продаж споживачам товарів неналежної якості: автореф. дис. ... юрид. наук: 12.00.03 / Нац. акад. прав. наук України, НДІ приват. права і підприємництва ім. Ф. Г. Бурчака. Київ, 2018. 20 с
7. Загородній С. А. Актуальні проблеми виникнення цивільно-правової відповідальності // Право і Безпека. 2011. № 1. С. 226–230. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pib_2011_1_51
8. Іваненко Л. М., Язвінська О. М. Захист прав споживачів: підручник. Київ: Юрінком Інтер, 2014. 496 с.
9. Іваненко Л.М. Цивільно-правові засоби захисту прав споживачів (покупців). –К.: Юмана, 2009. – 224 с.
10. Колісникова Г. Особливості цивільно-правового захисту прав споживачів.// Право України. – 2008. - №3. – С. 100-102.
11. Крисань Т. Є. Правові аспекти відшкодування моральної шкоди у цивільно-правових відносинах // Часопис Київського університету права. 2019. № 4. С. 218–221.
12. Кузнєцова Н. С. Інститут цивільно-правової відповідальності у цивілістичній доктрині України // Правова доктрина України: у 5 т. Харків: Право, 2013. Т. 3: Доктрина приватного права / за заг. ред. Н. С. Кузнєцової. С. 330–348.
13. Лепех С. Окремі проблеми майнової відповідальності за кредитним договором // Підприємництво, господарство і право. 2001. № 12. С. 28–30.
14. Майданик Р. А. Цивільно-правова відповідальність // Юридична відповідальність: проблеми виключення та звільнення / від. ред. Ю. В. Баулін. Донецьк: Кальміус, 2013. С. 86–147.
15. Менів Л.Д. Неустойка як форма відповідальності за порушення прав споживачів / Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Юридичні науки» №6-2/2015.- С.82-94
16. Менів Л.Д. До питання про відшкодування моральної шкоди за порушення прав споживачів / Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право».- 2015 р.- № 31. – с.55-62
17. Мирославський С. В. Правове регулювання відповідальності сторін за договором купівлі-продажу: проблемні аспекти // Правова інформатика. 2015. № 2. С. 73–78. 124.
- Митрофанов І. І. Гайкова Т. В. «Шкода» та «збитки»: співвідношення понять // Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. 2012. № 3. С. 196–200.
18. Осетинська Г. А. Цивільно-правовий захист прав споживачів за законодавством України: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2006. URL: <http://mego.info/матеріал/матеріал/32-відшкодуваннязбитків-завданих-споживачам?page=3>
19. Паєнок А. О. Підстави стягнення неустойки за порушення сторонами договору роздрібної купівлі-продажу товарів // Науковий вісник публічного та приватного права: зб. наук. праць. Київ, 2017. Вип. 2. С. 63–67.
20. Погрібний С. О. Механізм правового регулювання договірних відносин у цивільному праві України: монографія. Київ: Правова єдність, 2019. 304 с
21. Полішко Н. Л. Поняття та значення інституту моральної шкоди в цивільному праві // Юридична наука. 2014. № 6. С. 31–36.
22. Язвінська О. М. Цивільно-правова відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів // Економіка та управління на транспорті. 2016. Вип. 2. С. 255–261 // Нац. бібліотека ім. В. І. Вернадського. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eut_2016_2_40
23. Яроцький В. Л. Характеристика основних стадій механізму цивільноправового регулювання // Право України. 2010. № 12. С. 18–24

ЛЕКЦІЯ №8

ТЕМА: ПРАВА СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ, ПРИ УКЛАДАННІ НИМИ ДОГОВОРІВ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ ПОЗА ТОРГОВИМ ПРИМІЩЕННЯМ ЧИ НА ВІДСТАНІ

Мета: ознайомити студентів з правами споживачів у сфері споживчого кредитування, при укладанні ними договорів купівлі-продажу поза торговим приміщенням чи на відстані.

План лекційного заняття

1. Поняття, ознаки, правове регулювання надання споживчого кредиту.
2. Інформаційне забезпечення договору споживчого кредиту та дії, що передують його укладанню.
3. Порядок укладання договору споживчого кредиту.
4. Особливості відповідальності споживача за договором споживчого кредиту.
5. Укладання договору купівлі-продажу на відстані.

1. Поняття, ознаки, правове регулювання надання споживчого кредиту.

Кредитування є одним з найважливіших і невід'ємних елементів життя будь-якої сучасної цивілізованої держави. Крім економічної ролі, воно відіграє найважливішу соціальну функцію, сприяючи підвищенню добробуту населення, а також розвитку підприємництва. Кредит є економічним засобом задоволення матеріально потреб населення та бізнесу.

Особливого значення сьогодні набуває саме споживче кредитування, що дозволяє громадянам за допомогою позичених коштів задовольняти свої нагальні потреби без накопичення грошей. Актуальність даного питання обумовлюється тим, що розвиток сфери споживчого кредитування дасть змогу відновити споживчий ринок та банківський сектор, що, в свою чергу, призведе до зростання економіки країни в цілому, а також підвищення якості життя громадян. Сьогодні, цьому має сприяти прийнятий новий Закон України «Про споживче кредитування»

Поняття споживчого кредиту в науковій літературі розглядають в економічному та юридичному аспектах і характеризується доктринальним розмаїттям. За визначенням економістів А. Мороза та М. Савлука, споживчий кредит – це кредит, що спрямовується на задоволення особистих потреб людей, тобто обслуговує сферу особистого споживання.

С. Даниленко під споживчим кредитом розуміє надання кредитними організаціями коштів фізичній особі з метою задоволення особистих, сімейних, побутових, повсякденних потреб, не пов'язаних зі здійсненням підприємницької діяльності, на умовах, установлених договором, де розмір, строк та інші умови визначаються залежно від виду кредиту та його забезпечення.

15 листопада 2016 р. Верховна Рада України прийняла Закон України «Про споживче кредитування», який став першим спеціальним нормативно-правовим, що комплексно врегулює відносини у сфері споживчого кредитування. Основною метою цього Закону є захист прав та законних інтересів кредиторів та позичальників (споживачів), включаючи забезпечення сприятливих умов для розвитку економіки нашої держави, створення належного конкурентного середовища на ринках фінансових послуг та підвищення довіри до нього.

До цього часу, споживче кредитування в Україні регулювалося положеннями Закону «Про захист прав споживачів», прописаними дуже нечітко. Це давало можливість банкам та іншим фінансовим установам знаходити різноманітні способи обману споживачів кредитних послуг. Сьогодні ж, у зв'язку з прийняттям спеціального закону, споживачі можуть розраховувати на повноцінний захист своїх прав при укладанні договорів споживчого кредитування.

Закон України «Про споживче кредитування» відповідає Директиві 2008/48/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 23.04.2008 р. «Про кредитні угоди для споживачів та про скасування Директиви Ради 87/102/ЄЕС».

Відповідно до п.11 ст.1 Закону України «Про споживче кредитування» споживчий кредит визначається як грошові кошти, що надаються споживачу (позичальникові) на придбання товарів (робіт, послуг) для задоволення потреб, не пов'язаних з підприємницькою, незалежною професійною діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника.

При цьому споживач, відповідно до п. 22 ст. 1 Закону України «Про захист прав споживачів», – це фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних із підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника.

Слід зазначити, що визначення поняття «споживчий кредит» у Законі є досить широким: грошові кошти можуть надаватися споживачеві на придбання товарів, різних послуг тривалого користування, а також на проведення виконання різного виду робіт. Кредитують лікування особи, купівлю житла чи автомобіля, навчання, відпочинок, проведення урочистих заходів, страхування певних об'єктів тощо.

Споживчий кредит має декілька специфічних ознак, пов'язаних із особливостями сфери особистого споживання громадян.

По-перше, на відміну від інших видів кредиту, якими користуються переважно суб'єкти господарювання, споживчі кредити **одержують фізичні особи**.

Подруге, споживчий кредит є засобом **задоволення споживчих потреб населення**, тобто особистих потреб людей. Надання споживчих кредитів населенню, з одного боку, підвищує їх платоспроможний попит, життєвий рівень в цілому, а з іншого – прискорює реалізацію товарних запасів, послуг, сприяє створенню основних фондів.

По-третє, всі види споживчого кредиту мають **соціальний характер**, оскільки вони сприяють вирішенню суспільних проблем – підвищенню життєвого рівня населення, утвердженню принципів соціальної справедливості.

В Україні використовуються наступні види споживчого кредитування:

1. Автокредитування – кредитування фізичних осіб на довгострокових засадах з придбання автомобільного транспорту для власного використання.

2. Іпотечне кредитування.

3. Споживче кредитування на торговельних точках – надання безготівкових позик на придбання споживчих товарів безпосередньо на торговельних точках за допомогою представників банку.

4. Карткові кредити – надаються фізичним особам з використанням кредитних карток, що мають певний ліміт і за використання коштів сплачується відсоток.

5. Кредити овердрафт для зарплатних карток. Ліміт встановлюється на рівня п'яти окладів працівника.

Слід зазначити, що більшість європейських країн йшли саме шляхом розробки окремого законодавчого акту, який регулює споживче кредитування, наприклад, Австрія, Болгарія, Хорватія, Чехія, Латвія, Польща, Португалія, Словаччина та Іспанія.

Прийняття загального Закону «Про споживче кредитування» є фактом створення єдиного уніфікованого законодавчого акту зі споживчого кредиту, а й значним кроком у стандартизації кредитування фізичних осіб в Україні.

2. Інформаційне забезпечення договору споживчого кредиту та дії, що передують його укладанню.

До укладення договору про споживчий кредит кредитор надає споживачу інформацію, необхідну для порівняння різних пропозицій кредитодавця з метою прийняття ним обґрунтованого рішення про укладення відповідного договору, в тому числі з урахуванням обрання певного типу кредиту.

Нововведенням, зокрема, є паспорт споживчого кредиту, форма якого затверджена як Додаток 1 до Закону, яка є обов'язковою для всіх кредиторів та містить повний перелік інформації про кредит, яку кредитор повинен надати згідно із вимогами Закону.

Інформація, що надається кредитором споживачу відповідно до паспорта споживчого кредиту має містити відомості про:

- 1) найменування та місцезнаходження кредитора та його структурного підрозділу, через який надається споживчий кредит;
- 2) тип кредиту (кредит, кредитна лінія, кредитування рахунку тощо);
- 3) суму кредиту, строк кредитування, мету отримання та спосіб надання кредиту;
- 4) тип процентної ставки (фіксована, змінювана), порядок її обчислення, у тому числі порядок її зміни, а також індекси, що застосовуються для розрахунку змінюваної процентної ставки;
- 5) види забезпечення за кредитом, необхідність проведення оцінки предмета забезпечення за кредитом та про те, за чий рахунок така оцінка проводиться;
- 6) реальну річну процентну ставку та орієнтовну загальну вартість кредиту для споживача на дату надання інформації виходячи з обраних споживачем умов кредитування;
- 7) необхідність укладення договорів щодо додаткових чи супутніх послуг третіх осіб, які є обов'язковими для отримання кредиту, перелік осіб, яких кредитор визначив для надання відповідних послуг (за наявності);
- 8) порядок повернення кредиту та сплати процентів за користування споживчим кредитом, включно із кількістю платежів, їх розміром та періодичністю внесення, у вигляді графіка платежів (у разі кредитування у вигляді кредитування рахунку, кредитної лінії графік платежів може не надаватися);
- 9) попередження про наслідки прострочення виконання зобов'язань зі сплати платежів, у тому числі розмір неустойки, процентної ставки, інших платежів, які застосовуються чи стягуються при невиконанні зобов'язання за договором про споживчий кредит;
- 10) порядок та умови відмови від надання та одержання кредиту;
- 11) порядок дострокового повернення кредиту;
- 12) у разі укладення договору про споживчий кредит у формі кредитування рахунку - відомості про те, що від споживача може вимагатися повне повернення суми кредиту в будь-який час, строк попередження про таку вимогу.

Таке чітке визначення переліку інформації про кредит є важливою гарантією дотримання прав позичальників (споживачів), а кредитором визнається таким, що виконав вимоги щодо надання споживачу інформації до укладення договору і отримує гарантію для захисту своїх прав, що є дуже важливим у протидії з недобросовісними позичальниками.

Враховуючи, що споживачам гарантоване право отримання повної інформації про кредит у вигляді паспорта споживчого кредиту, а також право вимагати надання тексту кредитної угоди, останній (за умови відповідального підходу) зможе оцінити ці два документи, проаналізувати свої ризики та прийняти виважене рішення.

Як бачимо з вище викладеного, банки повинні проводити роз'яснювальну роботу зі споживачами в сфері споживчого кредитування. Крім того, Хартією захисту споживачів, схваленою Резолюцією Консультативної Асамблеї Ради Європи від 17 травня 1973 р. № 543, зокрема, передбачається, що надання товарів чи послуг, у тому числі у фінансовій галузі, не має здійснюватися за допомогою прямого чи опосередкованого обману споживачів. А у Директиві 2005/29/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 11 травня 2005 р. «Про недобросовісну комерційну практику по відношенню до споживача на внутрішньому ринку» зазначається, що фінансові послуги, через їхню складність та ризики, потребують встановлення детальних вимог.

Відповідно до ст.10 Закону України «Про споживче кредитування» до укладення договору про споживчий кредит кредитор зобов'язаний, використовуючи свої професійні можливості, оцінити кредитоспроможність споживача, враховуючи, зокрема, строк, на який надається споживчий кредит, суму кредиту, а за потреби - доходи споживача

та мету отримання кредиту. Оцінка кредитоспроможності споживача здійснюється на підставі достатньої інформації, отриманої від споживача, та, за необхідності, на основі інформації, законно отриманої з інших джерел.

У разі ненадання споживачем документів чи відомостей про себе та свій фінансовий стан, що вимагаються законодавством або внутрішніми документами кредитодавця, кредитодавець має право відмовити такому споживачу в укладенні договору про споживчий кредит.

Отже, Законом на кредитодавців покладено обов'язок оцінювання кредитної спроможності споживачів, але при цьому чітко не встановлено порядок оцінки, не визначено перелік обов'язкових документів для встановлення інформації про споживача та його кредитоспроможності.

Незважаючи на встановлення обов'язку оцінки кредитоспроможності, якщо споживачем не надано відомостей про свій фінансовий стан чи інші документи, що вимагаються, банк лише має право відмовити в укладенні договору, але немає такого обов'язку. Така норма фактично нівелює встановлення обов'язкової оцінки і залишається лише формальністю. Пронуємо у Законі передбачити саме встановлення обов'язку відмовити у наданні споживчого кредиту, оскільки видача кредиту неплатоспроможним громадянам підриває стабільність банківської системи.

Споживач наділяється правом як відмовитися від договору про споживчий кредит, так і достроково його повернути.

3. Порядок укладання договору споживчого кредиту.

Споживчий кредит надається споживачеві на підставі укладеного договору. Договір споживчого кредиту – це договір, за яким кредитодавець зобов'язується надати споживчий кредит у розмірі та на умовах, встановлених договором, а споживач зобов'язується повернути кредит та сплатити відсотки за кредитні кошти на умовах, встановлених договором. Договір споживчого кредиту за своєю природою є цивільно-правовим. Відповідно, на нього розповсюджуються положення Цивільного кодексу України щодо форми, істотних умов договорів тощо.

У розділі 3 «Договір про споживчий кредит» Закону «Про споживче кредитування» чітко прописана процедура укладання договору споживчого кредиту, яка включає питання щодо умов договору, форми, порядку укладання, права споживача на відмову від договору, дострокове повернення кредиту, особливості відповідальності споживача за договором тощо.

Серед важливих істотних його умов договору споживчого кредиту, на які необхідно звернути увагу споживачу, є реальна річна процентна ставка та загальна вартість кредиту для споживача на дату укладення договору, оскільки усі припущення, використані для обчислення такої ставки, повинні бути зазначені в договорі, так як споживач не зобов'язаний сплачувати кредитодавцю будь-які платежі, не зазначені у договорі. Кредитодавцеві заборонено у будь-який спосіб ускладнювати прочитання споживачем реальної річної процентної ставки та загальної вартості кредиту для споживача, зазначених у договорі. Умови договору про споживчий кредит, які обмежують права споживача порівняно з правами, встановленими ЗУ «Про споживче кредитування», є нікчемними.

Відповідно до ч.1.ст.15 Закону України «Про споживче кредитування» споживач має право протягом 14 календарних днів з дня укладення договору про споживчий кредит відмовитися від договору про споживчий кредит без пояснення причин, у тому числі в разі отримання ним грошових коштів. При цьому, споживач зобов'язаний протягом семи календарних днів з дати подання

письмового повідомлення повернути кредитодавцю одержані за договором грошові кошти та сплатити проценти за період фактичного користування коштами за встановленою договором ставкою. Будь-яких інших платежів, пов'язаних з його відмовою від договору, споживач не сплачує.

Відмова від договору про споживчий кредит є підставою для припинення договорів щодо додаткових чи супутніх послуг, що були визначені як обов'язкові для отримання

кредиту, укладених споживачем. Кредитодавець або третя сторона зобов'язані повернути споживачу кошти, сплачені ним за такі додаткові чи супутні послуги, не пізніше як протягом 14 календарних днів з дня подання письмового повідомлення про відмову від договору про споживчий кредит, якщо такі послуги не були фактично надані до дня відмови споживача від договору про споживчий кредит у порядку, визначеному законодавством.

Водночас, право на відмову від договору про споживчий кредит не застосовується щодо:

- 1) договорів про споживчий кредит, виконання зобов'язань за якими забезпечено шляхом укладення нотаріально посвідчених договорів (правочинів);
- 2) споживчих кредитів, наданих на придбання робіт (послуг), виконання яких відбулося до закінчення строку відмови від договору про споживчий кредит, встановленого частиною першою цієї статті.

Відповідно до ст.16 Закону України «Про споживче кредитування» споживач має право в будь-який час повністю або частково достроково повернути споживчий кредит, у тому числі шляхом збільшення суми періодичних платежів. При цьому, кредитодавцю забороняється встановлювати споживачу будь-яку плату, пов'язану з достроковим поверненням споживчого кредиту.

4. Особливості відповідальності споживача за договором споживчого кредиту.

Відповідно до ст.21 Закону України «Про споживче кредитування» споживач, який порушив своє зобов'язання щодо повернення кредиту та процентів за ним, має відшкодувати кредитодавцю завдані цим збитки, а пеня за невиконання зобов'язання щодо повернення кредиту та процентів за ним не може перевищувати подвійної облікової ставки Національного банку України, що діяла у період, за який сплачується пеня, та не може бути більшою за 15 відсотків суми простроченого платежу. Крім того, сукупна сума неустойки (штраф, пеня) не може перевищувати половини суми, одержаної споживачем за таким договором, і не може бути збільшена за домовленістю сторін.

Досить довго не було чіткої позиції у правозастосовній практиці щодо цього питання. Тепер, як вбачається, з прийняттям ЗУ «Про споживче кредитування» вказану проблему вирішено на користь споживачів, однак встановлення саме такого розміру неустойки за договором про споживчий кредит не сприятиме розвитку банківської системи України. Вважаємо, що споживач повинен добросовісно виконувати договір споживчого кредитування, а держава не повинна втручатися в такі правовідносини.

Актуальним на сьогодні залишається питання щодо надання споживчих кредитів у іноземній валюті. З початку 2009 р. було винесено чимало судових рішень про визнання недійсними кредитних договорів із споживачами, спираючись на неправомірність їх укладення в іноземній валюті. З метою врегулювання цього питання Верховна Рада України Законом України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з метою подолання негативних наслідків фінансової кризи" від 23 червня 2009 р. № 1533-VI, який набув чинності 24 листопада 2009 р., заборонила надавати кредити та позики в іноземній валюті фізичним особам – резидентам і нерезидентам, які не займаються підприємницькою діяльністю. Виняток становлять лише кредити і позики нерезидентам для оплати послуг за лікування та навчання за кордоном, які мають підтверджуватися відповідними документами.

Відповідно до ч.4.ст.3 Закону України «Про споживче кредитування» надання (отримання) споживчих кредитів в іноземній валюті на території України забороняється.

Розглядаючи питання про доцільність такої норми, потрібно брати до уваги те, що такі умови обмежують права тих споживачів, які мають доходи чи заощадження в іноземній валюті. Вважаємо, що не держава, а сам споживач повинен оцінювати ризики отримання кредиту в іноземній валюті в нашій державі, а таке обмеження безперечно є несправедливим щодо вище зазначеного кола споживачів.

Підсумовуючи вище викладене, потрібно відмітити, що прийняття Закону України «Про споживче кредитування» є важливим кроком захисту прав споживачів у сфері споживчого кредитування. Передбачені в Законі положення безпосередньо здійснюють захист прав як споживачів, так і кредитодавців, однак вони потребують деталізації на в

підзаконних нормативно-правових актах. Проте, успіх застосування Закону залежатиме від сумлінного його виконання самими учасників споживчих кредитних відносин. Укладання договору споживчого кредиту регулюється державою більш детально в порівнянні з іншими видами кредиту. Проте, в останні роки споживчі брали споживчі кредити в іноземній валюті (як правило, в доларах), що, в наслідок складної економічної ситуації в країні, спричинило проблеми з їх поверненням.

5. Укладання договору купівлі-продажу на відстані.

Останнім часом поширеним способом продажу товарів за договором роздрібною купівлі-продажу став дистанційний спосіб придбання товарів. Адже, як зазначають науковці, що важливими позитивними моментами договору роздрібною купівлі-продажу шляхом дистанційної торгівлі є такі:

по-перше, виробникам багатьох товарів відповідний договір дає можливість обійти традиційну роздрібну торгівлю;

по-друге, не виникає проблем з приміщенням для обслуговування покупців;

по-третє, забезпечується економія на працівниках;

по-четверте, оскільки у продавців за дистанційними договорами роздрібною купівлі-продажу суттєво менші витрати, ніж у торговельних точках, вони можуть продавати товари за нижчими цінами, чим забезпечують собі конкурентну привілею.

по-п'яте, споживач може спокійно та швидко отримувати й аналізувати велику кількість пропозицій від різних компаній, що було б неможливим за безпосереднього відвідування кожної торговельної точки.

На нашу думку, придбання товарів за договором роздрібною купівлі-продажу дистанційним способом дає можливість споживачам обирати та купувати товари більш розсудливо, комфортно та зі значною економією часу.

На європейському рівні, дистанційна торгівля регулюється Директивою ЄС № 97/7 «Про захист прав споживачів в дистанційних договорах» від 20 травня 1997 року. Ведення «дистанційної торгівлі» здійснюється безпосередньо «дистанційними договорами». Директива визначає «дистанційний договір», як «будь-який договір щодо продажу товарів або надання послуг, який укладається між постачальником і споживачем відповідно до розрахованої на неодноразове застосування схеми надання товарів та послуг на відстані, що здійснює постачальник, який для цілей договору використовує одне або декілька засобів передання інформації на відстані в період часу, що передбачає укладення договору і в момент укладення договору».

В Україні продаж товарів дистанційним способом регулюється ЦК України, Законом України «Про захист прав споживачів» та наказом Міністерства економіки України «Про затвердження Правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями» № 103 від 19. 04. 2007 року.

Науковці вирізняють такі особливості дистанційної торгівлі серед інших:

1. Відсутність прямого, безпосереднього контакту споживача з товаром або його зразком до укладення договору і в момент його укладення. Мається на увазі фактична неможливість побачити товар, а також зробити вибір за допомогою візуальних зразків та текстового опису товару.

2. Дистанційні договори укладаються поза стаціонарними місцями торгівлі, тобто безпосередньо за місцезнаходженням споживача – вдома. Це дає споживачеві можливість розглядати цю пропозицію, перебуваючи вдома, і спокійно без жодного тиску продавця, обрати певний товар.

3. Надання товарів дистанційно за допомогою різних засобів, а саме: каталоги, буклети, проспекти, фотознімки, засоби зв'язку. При здійсненні угоди обидві сторони не зустрічаються віч-на-віч, тому споживач може порівняти пропозицію різних компаній. Крім того, дистанційний спосіб комунікації допомагає споживачу ознайомитися з пропозицією і зробити замовлення за допомогою різних каналів поширення інформації, використовуючи один зі способів комунікації.

4. Предметом відповідного способу продажу є товар.

5. У правовідносинах дистанційної торгівлі формується особливий суб'єктивний склад, оскільки передача товару здійснюється, як правило, через посередника. Тому особами, котрі беруть участь у дистанційній торгівлі, є споживач, виготовлювач та особа, яка реалізовує товар. Однак правовий статус останнього не розкривається, у його ролі може виступати як продавець, посередник, так і дистриб'ютор.

6. Дистанційний спосіб продажу являє собою не самостійний вид договору, а вважається однією із форм роздрібної купівлі-продажу.

7. Інформація про товар, що продається за допомогою дистанційної торгівлі має надаватися в доступній формі.

8. Між укладенням та виконанням дистанційного договору існує певний проміжок часу необхідний для доставки товару споживачу.

На нашу думку, зазначені аспекти чітко відокремлюють роздрібну купівлю-продаж у сфері дистанційної торгівлі від інших способів продажу товарів та підкреслюють зручність придбання товарів за таким договором для споживачів.

З метою дослідження реалізації споживачами своїх прав у сфері дистанційної торгівлі та розглядаючи дистанційну торгівлю, як окреме явище О.А. Белова зазначає такі ознаки дистанційного договору, що виокремлюють його від інших договорів, а саме від договору купівлі-продажу за зразками та через автомат:

- за способом укладення договору. При продажу товарів за зразками укладення відбувається на основі ознайомлення покупця зі зразком товару, який пропонує продавець, і виставлений у місці продажу товарів, тоді як у дистанційній роздрібній торгівлі ключовим моментом вважається спосіб ознайомлення з товаром, що не передбачає безпосередній огляд споживачами товару або його зразка. При купівлі-продажу за зразками сторони підписують єдиний документ, при дистанційній роздрібній купівлі-продажу договір укладається обміном листами, телеграмами та ін., наслідком чого є відсутність єдиного документа;

- за способом отримання інформації: інформація про продавця, товари та їх виробника, про умови продажу товарів дистанційним способом зазначається в описі, рекламі товарів із пропозицією їх продажу, що розсилаються продавцем невизначеному колу покупців з використанням послуг поштового зв'язку або розповсюдженням у засобах масової інформації чи іншим способом. Покупцеві при продажу за зразками надається можливість самостійно або за допомогою продавця ознайомитися з пропонованими зразками. У випадку продажу товарів дистанційним способом допомога продавця не потрібна. Максимальний обсяг інформації повинен міститися в каталогах, проспектах, буклетах, наданих фотографіях інших інформаційних матеріалах. Інформація про продавця, товари та їх виробників у разі продажу товарів через автомат зазначається безпосередньо на самому автоматі. Покупцеві повинні бути надані відомості щодо продавця товару, його найменування, місцезнаходження й режим роботи, а також про дії, необхідні для отримання товару;

- за способом виконання договору: при торгівлі дистанційним способом, на відміну від купівлі-продажу за зразками, не вимагається наявності приміщення для розміщення товарів, торговельного обладнання, готового до передачі товару, а також кваліфікованих продавців. Особа, котра здійснює продаж товарів за зразками, перевіряє в присутності покупця якість товару, його укомплектованість, наявність відповідних документів, правильність виставленої ціни. Відтак, усі ці правила не застосовуються до продажу дистанційним способом через відсутність безпосереднього контакту між продавцем і покупцем та вибраним товаром;

- за способом оплати: при купівлі-продажі за зразками передбачена передоплата товару, при дистанційній роздрібній купівлі-продажу передоплата товару, за загальним правилом, не передбачається. Оплата відбувається в момент отримання речі покупцем на поштовому відділенні. Якщо товар доставлено транспортною організацією, то оплата відбувається пізніше, протягом встановленого договором строку. Особливістю продажу товару через автомат є те, що з боку покупця він завжди потребує конклюдентних дій. Під

діями, необхідними для отримання товару, розуміють дії, зазначені на самому автоматі. Як правило, такі дії передбачають необхідність сплатити гроші певного номіналу, однак можливі й інші технічні умови. Ці відмінності дають змогу стверджувати, що договір дистанційної роздрібною купівлі-продажу вважається самостійним договором роздрібною купівлі-продажу, а не різновидом окремих договорів роздрібною купівлі-продаж.

Отже, дистанційна торгівля є можливістю споживачів придбати товари за договором роздрібною купівлі-продажу на відстані. Адже споживач не може ознайомитися з товаром, лише з інформацією про нього. Проте трапляються випадки, коли споживачі не можуть отримати повну інформацію про товар. Наприклад, купуючи товари за каталогом, споживачі не можуть дізнатися, що входить до складу певного товару.

Відтак, на нашу думку, у сфері дистанційної торгівлі необхідно виокремити продаж товарів за каталогами як окремий вид договору роздрібною купівлі-продажу, прописавши його окремою статтею в ЦК України. Це пов'язано з тим, що під час вибору та купівлі товарів за каталогами часто трапляються випадки, коли права споживачів порушуються в частині надання достовірної інформації про товар. Також можлива ситуація, коли споживач замовив один товар, а отримує зовсім інший за розміром, кольором, фасоном та іншими характеристиками. Продаж товарів за каталогами передбачено в правилах продажу товарів поштою, затверджених наказом Міністерства економіки України та Міністерства транспорту та зв'язку України від 11.09.2008 № 206/699. У зазначеному наказі передбачено, що продаж товарів за каталогами здійснюється, коли товар пересилається поштою. Слід зауважити, що товари, які купують споживачі, не завжди надсилаються поштою: існують дистриб'юторські компанії, котрі продають товари, представляючи їх у каталозі. Особливість цього виду договору роздрібною купівлі-продажу полягає в тому, що споживачі не повною мірою можуть ознайомитися з інформацією про відповідний товар, а саме дізнатися про склад шкідливих речовин, котрі містить певний товар, оскільки здебільшого в каталогах наведено показники товару, що характеризують його в позитивному аспекті, а також належним чином оцінити товар.

Це підтверджується судовою практикою. У цивільній справі № 2-2058/11 позивач придбала одяг за каталогом на суму 7642 грн. Після того як удома вона почала оглядати придбаний одяг, виявила ряд істотних недоліків усього придбаного у відповідача товару, що є порушенням із боку відповідачки права споживача на належну якість. Крім того, відповідачем не було надано супровідної документації до товару, а також етикетки на ньому не містили жодної інформації про товар. Окрім того, позивач вимагала розірвати договір, на що відповідач не відреагувала. Ознайомившись із матеріалами справи, суд ухвалив рішення на користь позивача.

На нашу думку, рішення суду є правомірним, адже в цьому випадку порушено права споживачів на належну якість товару, на інформацію та на розірвання договору роздрібною купівлі-продажу. Зазначені випадки мають місце, коли споживач не може належним чином ознайомитися з товаром, який він купує за каталогом.

Отже, договір роздрібною купівлі-продажу дистанційним способом передбачає можливість придбати товари на відстані, а саме за каталогами, через мережу Інтернет, поштою та ін. Найчастіше серед прав споживачів при придбанні товарів дистанційним способом порушується право на інформацію, адже не завжди продавці надають дані про товар належним чином.

Важливим питанням при укладенні договорів роздрібною купівлі-продажу дистанційним способом є форма та момент укладення зазначеного договору.

Ми вважаємо, що договір роздрібною купівлі-продажу дистанційним способом зазвичай укладається в усній формі, проте може укладатися і в письмовій. Момент укладення зазначеного договору необхідно поєднати з моментом підтвердження замовлення.

Важливим питанням, яке виникає у споживачів під час придбання товарів дистанційним способом, є можливість повернення купленого товару, оскільки на практиці часто споживачі, придбавши товар, не можуть його повернути, що у свою чергу є порушенням прав споживачів.

По-перше, відповідний товар повинен мати індивідуально визначені властивості. Це означає, що він має істотно відрізнятися від інших подібних речей, тобто відрізнятися не серійним номером, а властивостями, що дадуть можливість ідентифікувати відповідний товар і матимуть значення при виборі товару. Наприклад, учений зауважує, що корпуси системних блоків комп'ютерів певного типу зазвичай між собою майже не відрізняються, але якщо один із них розмалює художник, що буде спеціально зроблено під інтер'єр певної кімнати, де відповідний системний блок стоятиме, то така річ матиме індивідуально визначену властивість, тобто зовнішній вигляд.

По-друге, такий товар повинен призначатися конкретному покупцю, причому настільки, що інших покупців такий товар не зацікавить. Це, вважається найскладнішою умовою. Водночас кожний товар можна використати.

Підсумовуючи, варто підкреслити, що здійснення прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу має свої переваги та недоліки. На нашу думку, дистанційним вважається не окремий вид договору, а спосіб укладення договору роздрібної купівлі-продажу. Отже, дистанційна торгівля є можливістю споживачів придбати товари за договором роздрібної купівлі-продажу на відстані. Адже споживач не може ознайомитися з товаром, лише з інформацією про нього. Проте трапляються випадки, коли споживачі не можуть отримати повну інформацію про товар. Наприклад, купуючи товари за каталогом, споживачі не можуть дізнатися, що входить до складу певного товару. Таким чином, пропонуємо врегулювати придбання товарів за каталогами таким чином: до кожного каталогу повинна додаватися детальна інформація про товар та його склад, а також фото товарів має бути реальним.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке споживчий кредит?
2. Яке інформаційне забезпечення споживчого кредитування.
3. Які істотні умови договору споживчого кредиту?
4. Коли споживач може відмовитися від договору споживчого кредиту?
5. Яка відповідальність за договором споживчого кредиту?
6. Які форми продажу товарів за зразками та каталогами?
7. Які особливості захисту прав споживачів при придбанні ними продукції за каталоги та зразками?
8. Назвіть та охарактеризуйте найефективніші способи захисту порушеного права позичальника (споживача).

Рекомендована література:

Нормативно-правові акти

1. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР (у редакції від 30.09.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254k/96-вр>
2. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1024- XII (у редакції відвід 10.06.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
3. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII (у редакції від 26.04.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
4. Про споживче кредитування: Закон України від 15.11.2016 р. № 1734-VIII (у редакції від 15.11.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1734-19>
5. Цивільний кодекс України від 16.03.2003 р. (у редакції від 19.07.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
6. Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів затверджений постановою Кабінету Міністрів

України від 15.06.2006 р. № 833 (у редакції від 18.04.2013 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>

7. Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями затверджені наказом Міністерства економіки від 19.04.2007 р. № 103 (поточна редакція) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://www.uazakon.com/document/spar> (

8. Правила роботи дрібно роздрібної торговельної мережі затверджені наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 08.07.1996 р. N 369 (у редакції від 06.07.2018 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0372-96>

9. Правила комісійної торгівлі непродовольчими товарами затверджені наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків України від 13.03.1995 р. № 37 (у редакції від 20.02.2018 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0079-95>

10. Рекомендації щодо організації продажу товарів за зразками затверджені наказом Міністерства економіки України від 20.07.2000 р. (станом на 26.03.2007 р.) // Закони України. URL: <http://www.uazakon.com/document/spar>

11. Про захист споживачів при зазначенні цін на товари, що пропонуються споживачам: Директива Європейського парламенту та Ради 98/6/ЄС від 16.02.1998 р. // Міністерство юстиції. URL: <http://old.minjust.gov.ua/45878>

12. Про захист споживачів щодо контрактів, укладених поза діловими приміщеннями: Директива Ради 85/577/ЄЕС від 20.12.1985 р. // Міністерство юстиції. URL: <http://old.minjust.gov.ua/45878>

13. Про кредитні угоди для споживачів та про скасування Директиви Ради 87/102/ЄЕС: Директива 2008/48/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 23.04.2008 р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_b19

14. Щодо несправедливих умов споживчих договорів: Директива Ради 93/13/ЄЕС від 05.04.1993 р. // Міністерство юстиції URL: <http://old.minjust.gov.ua/45878>

Додаткова література

1. Банківські операції : [підручник] / [А. Мороз, М. Савлук, М. Пуховкіна та ін.] ; за заг. ред. А. Мороза. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2008. – 608 с.

2. Даниленко С. Потребительский кредит: порядок предоставления и последствия невозврата / С.Даниленко // Хозяйство и право. – 2009. – №4. – 123-127

3. Дудла І.О.Захист прав споживачів: навчальний посібник / І.О.Дудла.-К.: Центр учбової літератури, 2007.- 448с.

4. Єгоричева О. Ю. Цивільно-правова відповідальність за продаж споживачам товарів неналежної якості: автореф. дис. ... юрид. наук: 12.00.03 / Нац. акад. прав. наук України, НДІ приват. права і підприємництва ім. Ф. Г. Бурчака. Київ, 2014. 20 с.

5. Коваленко О. В. Особливості застосування електронної форми договору // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Юридичні науки. Херсон, 2019. Вип. 3. Т. 1. С. 71–75.

6. Лащак В.В. Система захисту прав споживачів у провідних країнах світу Система захисту прав споживачів у провідних країнах світу / В. В. Лащак, Т. В. Лащак // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : збірник наукових праць / ред. кол. :І. Д. Пасічник, О. І. Дем'янчук. – Острого: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – Випуск 25. – С. 15–18.

7. Менів Л.Д.Окремі питання захисту прав споживачів при придбанні товарів належної якості / Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право».- 2016 р.- № 40. – с.55-62

8. Паєнок А. О. Про деякі недоліки правового захисту покупця при купівлі ним товару неналежної якості за договором роздрібної купівлі-продажу // Нові завдання та напрямки розвитку юридичної науки у ХХІ: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 3–4 лют. 2017 р.). Одеса: Міжнар. гуманітарний ун-т, 2017. С. 96–100.

9. Паєнок А. О. Розмежування дистанційного способу продажу товару та продажу товару за зразками у договорі роздрібної купівлі-продажу // *Právna veda a prax v treťom tisícročí: zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie* (Кошице 27–28 feb. 2015). Кошице: Univerzita Pavla Jožefa Šafarika v Košiciach «Právnická fakulta», 2015. S. 70–72.

10. Філатова Н. Ю. Регулювання особливостей укладення електронних договорів: порівняльно-правовий аналіз // *Проблеми законності: зб. наук. праць*. Харків, 2017. С. 63–77.

11. Черняк О. Ю. Право споживача на захист в контексті адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу / О. Ю. Черняк // *Університетські наукові записки*. — 2019. — № 4 (32). — С. 70–75.

12. Яновицька Г. Б. Права споживача у разі укладення договору на відстані // *Наукові праці Національного університету «Одеська юридична академія»: зб. наук. пр.* Одеса: Юрид. літ., 2020. Т. 14. С. 284–292.

ЛЕКЦІЯ №9

ТЕМА: ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ПРИ ПРИДБАННІ НИМИ ОКРЕМИХ ВИДІВ ПРОДУКЦІЇ.

Мета: Ознайомити студентів з особливостями захисту споживачів при придбанні споживачами окремих видів продукції.

План.

План лекційного заняття

1. Захист прав споживачів при купівлі-продажі об'єктів нерухомості.
2. Захист прав споживачів при укладанні договорів банківського вкладу.
3. Захист прав споживачів у сфері туристичних послуг.
4. Захист прав споживачів у сфері медичних послуг.
5. Захист прав споживачів у сфері житлово-комунальних послуг.

1. Захист прав споживачів при купівлі-продажі об'єктів нерухомості.

Купівля-продаж є одним із найстаріших інститутів цивільного права. До нерухомості належать земельні ділянки, а також будівлі, споруди чи інше майно, безпосередньо пов'язане із землею, тобто об'єкти, переміщення яких неможливе без нанесення значної шкоди його вартості та призначенню.

Відповідно до ст. 657 ЦКУ договір купівлі-продажу земельної ділянки, єдиного майнового комплексу, житлового будинку (квартири) або іншого нерухомого майна укладається у письмовій формі і підлягає нотаріальному посвідченню, крім договорів купівлі-продажу майна, що перебуває в податковій заставі.

Відповідно до ст. 42 Закону України «Про нотаріат» встановлено, що нотаріальні дії вчиняються після їх оплати, а також у передбачених законом випадках після сплати до бюджету податку з доходів фізичних осіб та в день подання всіх необхідних документів.

Отже, для того щоб максимально швидко продати нерухомість, потрібно попередньо підготувати всі необхідні документи для відповідного правочину. Слід зазначити, що відповідно до ст. 182 ЦКУ право власності та інші речові права на нерухомі речі, обтяження цих прав, їх виникнення, перехід і припинення підлягають державній реєстрації.

Згідно з ч. 4 ст. 3 Закону України «Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обтяжень» будь-які дії особи, спрямовані на набуття, зміну або припинення речових прав на нерухоме майно та їх обтяжень, що підлягають державній реєстрації відповідно до цього Закону, можуть вчинятися, якщо речові права на таке майно зареєстровані згідно з вимогами цього Закону, крім випадків, коли речові права на нерухоме майно, що виникли до 01.01.2013 р., визнаються дійсними згідно з частиною третьою цієї статті, та у випадках, визначених ст. 28 цього Закону.

Тобто на сьогодні у разі якщо права на нерухоме майно виникли до 2013 р., продавцю немає необхідності реєструвати повторно в Державному реєстрі речових прав на нерухоме майно свої права перед укладанням договору купівлі-продажу.

Відповідно до ст. 46 Закону «Про нотаріат» нотаріус має право витребувати від фізичних та юридичних осіб відомості та документи, необхідні для вчинення нотаріальних дій.

Зазначимо, що документи, на підставі яких вчинено нотаріальну дію, та документи або копії (витяги) з них, необхідні для вчинення нотаріальної дії, обов'язково долучаються до примірника правочину, свідоцтва тощо, які залишаються у справах нотаріуса. У разі коли державну реєстрацію права власності на нерухоме майно відповідно до закону проведено без видачі документа, що посвідчує таке право, нотаріальна дія щодо такого майна вчиняється на підставі інформації з Державного реєстру речових прав на нерухоме майно, отриманої шляхом безпосереднього доступу до нього. Така інформація долучається до примірника правочину, свідоцтва тощо, які залишаються у справах нотаріуса.

При вчиненні нотаріальної дії нотаріус установлює особу, яка звернулася за вчиненням нотаріальної дії.

Дієздатність громадянина, який звернувся за вчиненням нотаріальної дії, перевіряється нотаріусом на підставі наданих документів, передбачених ст. 43 Закону «Про нотаріат», що підтверджують його вік, а також на підставі переконаності нотаріуса в результаті проведеної розмови та роз'яснення наслідків вчинення нотаріальної дії у здатності цієї особи усвідомлювати значення цієї нотаріальної дії, її наслідків та змісту роз'яснень нотаріуса, а також відповідності волі і волевиявлення особи щодо вчинення нотаріальної дії.

У разі наявності сумнівів щодо обсягу цивільної дієздатності фізичної особи, яка звернулася за вчиненням нотаріальної дії, нотаріус зобов'язаний звернутися до органу опіки та піклування за місцем проживання відповідної фізичної особи для встановлення факту відсутності опіки або піклування над такою фізичною особою.

Нотаріус зобов'язаний установити волевиявлення особи, яка звернулася за вчиненням нотаріальної дії, дійсні наміри кожної із сторін до вчинення правочину, який він посвідчує, а також відсутність у сторін заперечень щодо кожної з умов правочину.

Зауважимо, що перед продажем об'єкта нерухомості дуже важливо пересвідчитися у відсутності будь-яких перешкод. Так, керуючись положеннями п. 2 гл. 2 розд. II Порядку вчинення нотаріальних дій нотаріусами України при підготовці до посвідчення правочинів про відчуження нерухомого майна нотаріусом перевіряється відсутність заборони відчуження або арешту майна шляхом безпосереднього доступу до Державного реєстру речових прав на нерухоме майно.

Договори про відчуження нерухомого майна посвідчуються нотаріусом після перевірки відсутності податкової застави. Договори про відчуження майна платником податків, активи якого перебувають у податковій заставі, посвідчуються за умови письмової згоди відповідного податкового органу.

При укладенні зазначених договорів нотаріус перевіряє відсутність обтяження нерухомого майна іпотекою шляхом безпосереднього доступу до Державного реєстру речових прав на нерухоме майно.

У разі наявності обтяження іпотекою на укладання таких договорів вимагається згода іпотекодержателя, якщо це не заборонено іпотечним договором. Перелік необхідних документів для продажу нерухомого майна залежить від виду нерухомості, документа, що посвідчує право власності, кількості співвласників та сімейного стану продавця.

Для продажу об'єкта нерухомості продавцю необхідно підготувати такий пакет документів:

документ, за яким встановлюється особа, яка звернулася за вчиненням нотаріальної дії, чи уповноважений представник. Таким документом є паспорт. У разі якщо нерухомість перебуває у спільній власності декількох осіб, необхідно подати паспорти всіх власників. Зауважимо, що паспорт має відповідати законодавству України, зокрема, мають бути вклеєні фото після досягнення **25- та 45-річного віку;**

реєстраційний номер облікової картки платника податків (**ідентифікаційний код**) всіх співвласників нерухомості. Якщо продавцем квартири є не громадянин України, паспорт має бути перекладено українською мовою;

свідоцтво про народження дітей, паспорт з 16 років, ідентифікаційний код (з народження), якщо діти є власниками нерухомості;

установчі документи, відомості з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб — підприємців та громадських формувань і документи, що підтверджують повноваження органів та/або посадових осіб (для перевірки нотаріусом обсягу цивільної правоздатності та дієздатності юридичної особи, від імені якої діє уповноважений орган та/або посадова особа в межах певної нотаріальної дії);

дозвіл органів опіки та піклування на відчуження нерухомого майна в інтересах неповнолітніх дітей або недієздатних, з обмеженою дієздатністю громадян (згідно з ч. 4 ст. 12 Закону Про основи соціального захисту бездомних осіб і безпритульних дітей;

для вчинення будь-яких правочинів щодо нерухомого майна, право власності на яке або право користування яким мають діти, необхідний попередній дозвіл органів опіки та піклування, що надається відповідно до закону. Посадові особи органів опіки та піклування несуть персональну відповідальність за захист прав та інтересів дітей при наданні дозволу на вчинення правочинів щодо нерухомого майна, яке належить дітям);

довідка про склад сім'ї житлово-експлуатаційної організації, квартального комітету або іншого уповноваженого органу з питань реєстрації місця проживання. Довідка необхідна для перевірки відсутності прав малолітніх та неповнолітніх дітей, недієздатних чи обмежено дієздатних осіб на користування відчужуваними житловим будинком, квартирою, кімнатою або їх частиною;

свідоцтво про шлюб або про розірвання шлюбу, свідоцтво про смерть чоловіка/дружини (у разі якщо продавець перебуває (перебував) у шлюбі)

заява чоловіка/дружини на продаж об'єкта нерухомості, що перебуває у спільній власності подружжя. Частиною першою ст. 65 Сімейного кодексу встановлено, що дружина, чоловік розпоряджаються майном, що є об'єктом права спільної сумісної власності подружжя, за взаємною згодою. Згода не вимагається, якщо право на нерухомість набуто в порядку спадкування, дарування, приватизації або до укладання шлюбу. Водночас якщо квартира була приватизована у шлюбі в період з лютого 2011 р. до червня 2012 р., необхідна згода подружжя, оскільки Сімейним кодексом було визначено, що така нерухомість вважається спільною власністю подружжя;

заява учасників спільної часткової власності про відмову від здійснення права переважної купівлі частки майна, що продається, або письмове повідомлення усіх інших учасників спільної часткової власності (як фізичних, так і юридичних осіб) про свій намір продати свою частку іншій особі у разі продажу частки у праві власності на нерухоме майно;

технічний паспорт об'єкта нерухомості;

експертна грошова оцінка нерухомого майна. Під час проведення операцій з продажу (обміну) фізичними особами об'єктів нерухомості у значеннях, наведених у Податковому кодексі, а також в інших випадках, визначених законодавством України, нотаріус посвідчує відповідний договір за наявності оціночної вартості такого нерухомого майна, визначеної суб'єктом оціночної діяльності — суб'єктом господарювання приватної форми власності, винятковим видом діяльності якого є оцінка для цілей оподаткування та нарахування і сплати інших обов'язкових платежів, що справляються відповідно до законодавства (у тому числі правочинів, що підлягають нотаріальному посвідченню та/або державній реєстрації), та

який отримав сертифікат суб'єкта оціночної діяльності за напрямом оцінки для цілей оподаткування та нарахування і сплати інших обов'язкових платежів, що справляються відповідно до законодавства, та інформацію про якого включено до Державного реєстру оцінювачів та суб'єктів оціночної діяльності за напрямом оцінки для цілей оподаткування та нарахування і сплати інших обов'язкових платежів, які справляються відповідно до законодавства ;

документ, яким посвідчено право власності фізичних чи юридичних осіб на нерухоме майно. Право власності на житловий будинок, квартиру, дачу, садовий будинок, гараж, інші будівлі та споруди, що відчужуються, може бути підтверджено, зокрема, одним з таких документів або їх дублікатів: нотаріально посвідченим договором купівлі-продажу, пожертви, довічного утримання (догляду), ренти, дарування, міни, спадковим договором; свідоцтвом про придбання арештованого нерухомого майна з публічних торгів (аукціонів); свідоцтвом про придбання заставленого майна на аукціоні (публічних торгах); свідоцтвом про право власності; свідоцтвом про право на спадщину; свідоцтвом про право власності на частку в спільному майні подружжя; договором про поділ спадкового майна; договором про припинення права на утримання за умови набуття права на нерухоме майно; договором про припинення права на аліменти для дитини у зв'язку з передачею права власності на нерухоме майно; договором про виділення частки в натурі (поділ); іпотечним договором, договором про задоволення вимог іпотекодержателя, якщо умовами таких договорів передбачено передачу іпотекодержателю права власності на предмет іпотеки; рішенням суду; договором купівлі-продажу, зареєстрованим на біржі, укладеним відповідно до вимог законодавства, тощо. У разі коли державну реєстрацію права власності на житловий будинок, квартиру, дачу, садовий будинок, гараж, інші будівлі і споруди, що відчужуються, відповідно до закону проведено без видачі документа, що посвідчує таке право, право власності підтверджується на підставі інформації з Державного реєстру речових прав на нерухоме майно, отриманої шляхом безпосереднього доступу до нього;

рахунок у банку. Розрахунки на суму, яка перевищує 50 000 грн, здійснюються шляхом перерахування коштів з поточного рахунку на поточний рахунок, внесення та/або перерахування коштів на поточні рахунки (у тому числі у депозит нотаріуса на окремий поточний рахунок у національній валюті).

Крім того, відповідно до ст. 377 ЦКУ та ст. 120 Земельного кодексу до особи, яка набула право власності на житловий будинок (крім багатоквартирного), будівлю або споруду, переходить право власності, право користування на земельну ділянку, на якій вони розміщені, без зміни її цільового призначення в обсязі та на умовах, установлених для попереднього землевласника (землекористувача). Розмір та кадастровий номер земельної ділянки, право на яку переходить у зв'язку з переходом права власності на житловий будинок, будівлю або споруду, є істотними умовами договору, який передбачає набуття права власності на ці об'єкти (крім багатоквартирних будинків).

Нотаріуси не приймають для вчинення нотаріальних дій документи, які не відповідають вимогам законодавства або містять відомості, що принижують честь, гідність та ділову репутацію фізичної особи або ділову репутацію юридичної особи, які мають підчистки або дописки, закреслені слова чи інші незастережені виправлення, документи, тексти яких неможливо прочитати внаслідок пошкодження, а також документи, написані олівцем.

Дописки, закреслені слова чи інші виправлення, які є в документах, що подаються для вчинення нотаріальних дій, повинні бути застережені підписом відповідної посадової особи і печаткою установи, підприємства або організації (у разі наявності) чи особи, яка видала документ. При цьому виправлення повинні бути зроблені таким чином, щоб можна було прочитати як виправлене, так і помилково написане, а потім виправлене чи закреслене.

Не приймаються порвані документи та документи, викладені на двох і більше окремих аркушах, якщо аркуші не з'єднано у спосіб, що унеможливує їх роз'єднання без порушення цілісності, не пронумеровані і не скріплені підписом відповідної посадової особи

та печаткою юридичної особи (у разі наявності), яка видала документ (п. 1, 2 та 3 гл. 8 розд. I Порядку №296).

Якщо подані документи не містять усіх передбачених законодавством відомостей або в таких документах міститься суперечлива інформація, нотаріус може запитувати від відповідних суб'єктів (органів виконавчої влади або органів місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій, які видавали такі документи) інформацію (довідки, копії документів тощо), необхідну для вчинення нотаріальної дії.

2.Захист прав споживачів при укладанні договорів банківського вкладу.

Потреба створення системи ефективного захисту клієнтів комерційних банків, в першу чергу, фізичних осіб (які мають статус споживачів), на нашу думку, є надзвичайно нагальною та актуальною. Адже, в Україні сьогодні ніхто не афішує фактичну кількість споживачів фінансових послуг, які реально постраждали від стрімкої девальвації національної одиниці та ліквідації протягом останніх років понад 60 комерційних банків в Україні.

Діяльність органів та посадових осіб щодо захисту суб'єктивних прав, у тому числі й суб'єктів договору банківського вкладу (депозиту), в юридичній літературі отримала назву системи органів цивільної юрисдикції. Однак, як слушно зауважує К. В. Гусаров, передбачаючи вищевказані форми захисту цивільних прав та інтересів органами цивільної юрисдикції (тими органами і посадовими особами, які розглядають спори про право цивільне в широкому розумінні), законодавець не визначив межі розмежування компетенції органів цивільної юрисдикції, а також не розкрив поняття, основні ознаки системи органів цивільної юрисдикції та риси, завдяки яким можна б було розмежовувати сферу діяльності цивільної юрисдикції від інших юрисдикцій (наприклад, адміністративної). Аналогічної точки зору дотримується і О. О. Біленський. Він зазначає, що співвідношення компетенцій органів цивільної юрисдикції не визначено на законодавчому рівні. Не дає остаточної відповіді на це питання і Конституційний Суд України. В одному з своїх рішень він виходить з того, що положення частини другої статті 124 Конституції України слід розглядати у системному взаємозв'язку з іншими положеннями Основного Закону України, які передбачають захист судом прав і свобод людини та громадянина, а також прав юридичної особи; визначають юридичні гарантії їх реалізації, надаючи можливість кожній особі захищати права та свободи будь-якими не забороненими законом способами (ч. 5 ст. 55 Конституції України). Тобто кожна особа має право вільно обирати не заборонений законом спосіб захисту прав і свобод. Держава може стимулювати вирішення правових спорів у межах досудових процедур, однак їх використання є правом, а не обов'язком особи, яка потребує такого захисту.

Дослідження нормативних актів, що регулюють діяльність органів та осіб, котрі здійснюють діяльність з захисту та поновленню з таких прав, відбувається в наступних формах: судовій (здійснюється органами судової влади), адміністративній (реалізується органами чи посадовими особами державної влади або державного управління; громадській (здійснюється громадськими організаціями або третейськими судами); нотаріальній. Особливою формою захисту є самозахист цивільних прав сторін договору банківського вкладу (депозиту), оскільки реалізується поза межами юрисдикційної діяльності уповноважених осіб відповідно до їх повноважень. Особливість судової форми захисту цивільних прав сторін зазначеної угоди полягає в поширенні юрисдикції судів на всі правовідносини, що виникають у державі. Виходячи з видів судової юрисдикції, залежно від суб'єктного складу та характеру спірних правовідносин, спори, що витікають з договорів банківського вкладу (депозиту) розглядаються цивільними, господарськими чи адміністративними судами. Зауважимо, що проблеми судової юрисдикції завжди були предметом уваги науковців. З огляду на засади судової юрисдикції та спеціалізацію органів судової влади, автор не поділяє думку К. В. Гусарова, що в недалекому майбутньому захищати право власності в судовому порядку мають цивільні суди, оскільки інститут права власності – інститут саме цивільного права. Правовідносинам щодо захисту цивільних прав сторін договору банківського вкладу (депозиту) притаманні як цивільні, так і

адміністративні, господарські засади. Тому залежно від суб'єктного складу тих чи інших спірних правовідносин, які є змістом цивільного права, розгляд конкретного спору може відбуватись як в порядку цивільного, так і господарського судочинства. Винятком є юрисдикція адміністративних судів, котра розповсюджується на випадки, коли однією із сторін спору є суб'єкт владних повноважень, а самі спірні правовідносини мають публічно-правове підґрунття.

Незважаючи на начебто приватність правовідносин у сфері договору банківського вкладу (депозиту), позови на дії чи бездіяльність Фонду гарантування вкладів чи його посадових осіб розглядаються судами адміністративної юрисдикції виходячи з особливостей правосуб'єктності Фонду як юридичної особи публічного права. При характеристиці адміністративної форми захисту слід виходити із змісту ст. 17 ЦК України. Президента України, хоча і визначено законодавцем як посадову особу, яка здійснює захист цивільних прав та інтересів у межах повноважень, встановлених Конституцією України, але до змісту його повноважень не включено дії, які б він здійснював для захисту конкретних цивільних прав сторін договору банківського вкладу (ст. 106 Конституції України). Водночас зауважимо, що зазначена посадова особа може реалізовувати такі повноваження, але опосередковано, наприклад, через видання указів і розпоряджень, які є обов'язковими для виконання на території України і стосуються питань банківської діяльності. Органи державної влади та органи влади Автономної Республіки Крим можуть здійснювати захист цивільних прав сторін договору банківського вкладу (депозиту) відповідно до встановленої законодавством їх компетенції. Особливістю правового статусу зазначених суб'єктів є можливість виконання захисних функцій як з боку компетентних органів державної влади чи їх посадових осіб, так і з боку органів державного управління.

До останніх належить передусім Національний банк України, який не визначений у вищевказаних нормах Цивільного кодексу України. Відповідно до частин 2, 3 ст. 55 Закону України «Про Національний банк України» цей орган здійснює функції банківського регулювання і нагляду на індивідуальній і консолідованій основі за діяльністю банків та банківських груп у межах і порядку, передбачених законодавством України. Національний банк також здійснює постійний нагляд за дотриманням банками, їх підрозділами, афілійованими й спорідненими особами банків на території України та за кордоном, банківськими групами, представництвами та філіями іноземних банків в Україні, а також іншими юридичними та фізичними особами банківського законодавства, нормативно-правових актів Національного банку і економічних нормативів. Складовою адміністративної форми є діяльність Фонду гарантування вкладів фізичних осіб щодо захисту цивільних прав сторін договору банківського вкладу (депозиту). Згідно з частинами 1 та 2 ст. 3 Закону України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» Фонд є установою, що виконує спеціальні функції у сфері гарантування вкладів фізичних осіб та виведення неплатоспроможних банків з ринку і ліквідації банків у випадках, встановлених цим Законом. Ця установа є юридичною особою публічного права, має відокремлене майно, яке є об'єктом права державної власності і перебуває у його господарському віданні. Фонд є суб'єктом управління майном, самостійно володіє, користується і розпоряджається належним майном, вчиняючи стосовно нього будь-які дії (у тому числі відчуження, передача в оренду, ліквідація), що не суперечать законодавству та меті діяльності Фонду. До наступної групи суб'єктів, що здійснюють захист цивільних прав сторін договору банківського вкладу (депозиту), належить громадська форма захисту. Її зміст складає діяльність громадських організацій щодо захисту вказаних цивільних прав. Разом з тим Законом України «Про третейські суди» визначено можливість звернення до третейського суду в межах його компетенції для вирішення цивільно-правових спорів. У зв'язку з цим при Асоціації українських банків у 2005 р. був створений Постійно діючий третейський суд, до компетенції якого входить вирішення цивільно-правових спорів, визначених третейською угодою.

Практика багатьох банків зводиться до включення у зміст депозитного договору третейського застереження про можливість захисту прав сторін депозитного договору

третейським судом, зокрема Постійно діючим Третейським судом при Асоціації українських банків. При характеристиці нотаріальної форми захисту цивільних прав сторін договору банківського вкладу (депозиту) слід враховувати особливості нотаріальної форми захисту в цілому. В. В. Комаров та В. В. Баранкова справедливо вказують на те, що нотаріат є інститутом, який забезпечує охорону та захист прав і законних інтересів громадян та юридичних осіб шляхом здійснення нотаріальних дій. Нотаріальна діяльність спрямована на надання офіційної сили, достовірності юридичним правам, фактам та документам. Діяльність нотаріату має відому схожість з діяльністю інших органів цивільної юрисдикції. Разом з тим нотаріальна форма охорони та захисту відрізняється від інших форм. Особливість нотаріальної форми полягає в тому, що вона, як правило, являє собою не наступний захист, а попередження порушення права, тому предмет її діяльності специфічний. На відміну від судової діяльності, предметом якої зазвичай є спори про право цивільне, предмет нотаріальної діяльності складають безспірні справи. Нотаріус оформлює волю суб'єктів угоди, а суд та інші правоохоронні органи вирішують спори учасників правовідносин, що склались в результаті укладання договору. Суб'єкт договору банківського вкладу (депозиту) вправі здійснити і самозахист цивільних прав відповідно до ст. 19 ЦК України. Але з огляду на відсутність встановленої законодавством процедури самозахисту ця форма тут не розглядатиметься. Підсумовуючи, можна стверджувати про наявність різних форм захисту цивільних прав сторін договору банківського вкладу (депозиту), різну їх ефективність з огляду великий обсяг порушення цивільних прав сторін цього договору. Таку ситуацію вірогідно можна пояснювати не недосконалим нормативним регулюванням функціонування зазначених форм захисту, а загальним станом економіки в умовах фінансової кризи, до якої не була готова банківська система держави. Разом з тим далеко не всі рішення органів цивільної юрисдикції щодо захисту вказаних прав є виконавчими документами та обов'язкові для виконання, що ускладнює поновлення прав учасників досліджуваної угоди. Уявляється, що в аспекті реального, а не декларативного поновлення цивільних прав сторін договору банківського вкладу (депозиту) головну роль відіграє Фонд гарантування вкладів фізичних осіб. У разі вирішення спірних правовідносин між вкладником та банком більш доцільним є вирішення виниклого спору у тих юрисдикційних органах, рішення яких належить до виконавчих документів відповідно до Закону України «Про виконавче провадження».

3. Захист прав споживачів у сфері туристичних послуг.

Захист прав споживачів є пріоритетною сферою адаптації національного законодавства України до законодавства ЄС. Серед основних напрямів у цій сфері необхідно виокремити туристичні послуги, оскільки ринок туристичних послуг є доволі динамічним і таким, що перебуває на стадії розвитку, тому важливого значення набуває забезпечення належного рівня захисту прав споживачів у цій сфері та розробка ефективного правового механізму здійснення прав.

Цивільний кодекс України, Закони України «Про захист прав споживачів», «Про туризм» наділяють споживача арсеналом прав та обов'язків для забезпечення немайнових та майнових інтересів осіб у сфері туризму, разом із тим залишаються невирішеними питання щодо можливості придбання туру юридичною особою і визнання її туристом, порядку та форми укладення договорів про надання туристичних послуг, а також підстав притягнення до цивільно-правової відповідальності надавача туристичних послуг.

На відміну від вітчизняного законодавства у цій сфері, законодавство ЄС у сфері надання туристичних послуг є в центрі уваги з моменту заснування ЄС. Поряд із цим розвивається і законодавство окремих європейських країн. Особливий інтерес у цьому аспекті становить питання змісту та порядку укладення договору про надання туристичних послуг.

У юридичній науці наявні певні напрацювання у царині захисту прав споживачів у цілому, а також захисту прав споживачів туристичних послуг зокрема, серед яких слід виділити роботи О. В. Зверевої, Л. М. Іваненко, Т. О. Кагала, І. В. Кірюшиної, С. А. Косінова,

Г. О. Осетинської, О. П. Письменної, К. Ю. Свінцової, Д. П. Стригунової, А. Р. Товмасяна, Є. Я. Токара, Р. Ю. Ханік-Посполітак, Б. О. Шаблі, А. Є. Шерстобітова та ін.

Відповідно до положень міждержавних стандартів у галузі туризму під туристичною послугою розуміють результат діяльності туристичного підприємства із задоволення відповідних потреб туристів. До складу туристичних послуг входять: бронювання, оформлення документів, всі види перевезень, розміщення, харчування, екскурсії й атракції, медичний супровід і страхування, послуги гідів-перекладачів та інше забезпечення. Перелік послуг кожного туру визначається програмою перебування.

Доцільно відзначити, що договір про надання туристичних послуг не має загальноприйнятого найменування як в національній, так і європейській практиці.

Комітетом ЄС з питань захисту прав споживачів Ради Міністрів 13.06.1990 р. була прийнята Директива № 90/314/ЄЕС про продаж турів із заздалегідь запланованим маршрутом та комплексом послуг, а пізніше – Директива № 93/13/ЄЕС про несумлінні умови в договорах зі споживачами необхідно відзначити, що у Директиві Євросоюзу № 90/314 ЕЕС про комплексні тури від 13.06.1990 р. не іменується договір, а лише вказується на контракт, що пов'язує споживача з організатором мандрівки та/або продавцем.

У цей час по суті і почався процес гармонізації законодавств держав-членів ЄС в туристичній галузі в рамках захисту прав туристів, як споживачів. При чому створення спеціального туристичного законодавства відбувалося шляхом встановлення нижньої межі вимог для суб'єктів туристичного бізнесу, при порушенні яких для захисту туристів застосовувались норми права про захист їх прав як споживачів.

У Німеччині під договором про туристичне обслуговування слід розуміти договір, відповідно до положень якого на основі відшкодування надаються комбіновані послуги з перевезення та розміщення.

Всі турфірми в Німеччині розглядаються в якості туроператорів з покладанням відповідної відповідальності та гарантуванням відповідних результатів подорожі. Такі країни, як Франція, Данія, Швеція та інші не визначають поняття таких договорів, звертаючи увагу у своєму законодавстві увагу тільки на несумлінні умови в договорах зі споживачами. Слід зазначити, що практично всі розвинені країни зіткнулися з проблемою несумлінних умов у договорах із споживачами, що містяться звичайно в стандартних, типових договорах набагато раніше, ніж було розроблено спеціальне туристичне законодавство.

Відповідно до ст.20 Закону України «Про туризм» договором на туристичне обслуговування є договір, за яким одна сторона (туроператор, який укладає договір безпосередньо або через турагента) зобов'язується надати за замовленням іншої сторони (туриста) комплекс туристичних послуг (туристичний продукт), а турист зобов'язується оплатити його.

На нашу думку, використовуючи поняття обслуговування законодавець не досить чітко розмежує це поняття із поняттям послуги. Необхідно погодитися з точкою зору Н. В. Сірик, яка стверджує, що обслуговування є збірною категорією, що використовується для характеристики діяльності, спрямованої на задоволення різноманітних потреб громадян. Здійснюючи цю діяльність, організації надають послуги, виконують роботи, продають товари.

У розглянутому аспекті слід також звернути увагу і на конструкцію договору. Туристичні послуги нерідко надаються не тією стороною, яка уклала договір, а іншою організацією, яка безпосередньо надає послуги з проживання, харчування, транспортні та інші види послуг, тобто третьою особою. Така можливість закріплена в ст. 528 ЦК України, яка передбачає, що виконання обов'язку може бути покладено боржником на іншу особу, якщо з умов договору, вимог цього Кодексу, інших актів цивільного законодавства або суті зобов'язання не випливає обов'язок боржника виконати зобов'язання особисто. схоже правило містить і у змісті ст. 902 ЦК, де визначено, що у випадках, встановлених договором, виконавець має право покласти виконання договору про надання послуг на іншу особу, залишаючись відповідальним в повному обсязі перед замовником за порушення договору.

Таким чином, відносини, що виникли між турагентом і туристом, в кінцевому підсумку виконуються туроператором, який і несе відповідальність перед турагентом за якість наданих послуг, а останній несе відповідальність перед туристом. Таким чином, конструкція договору на оплатне надання туристичних послуг не зводиться до передачі права на туристичний продукт, що купується у виконавців послуг, а є ланцюжком послідовних дій не тільки тих осіб, які є стороною договору, а й третіх осіб. Такі правовідносини регулюються договором оплатного надання послуг, а не купівлі-продажу. Таким чином, поняття «обслуговування» є більш широким, ніж поняття «послуга» (останнє є складовою частиною першого). Тому, на нашу думку, дефініції договорів, визначених у Законі «Про туризм» мають визначатись через поняття послуг, а не обслуговування, а туристичним обслуговуванням, на нашу думку, можна визначити сукупність правових, організаційних та соціально-економічних заходів в галузі туризму, спрямованих на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, захисту прав споживачів, безпечно для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей.

З метою захисту прав споживачів туристичних послуг, надання споживачам необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про туристичний продукт, що забезпечить можливість їх свідомого і компетентного вибору 9 лютого 2012 р. прийнято Закон України № 4385-VI «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» щодо надання туристичних послуг», розроблений з урахуванням Директиви Ради ЄС від 13 червня 1990 р. № 90/314/ЄЕС про комплексний туризм, відпочинок та тури.

Вказаними змінами вирішилось чимало питань, пов'язаних із наданням достовірної інформації для споживача туристичних послуг, відповідальності за несправедливі умови договорів. Разом із тим, раніше на практиці досить складно було визначити ступінь відповідальності туроператора і турагента за шкоду, спричинену туристу. З вказаним Законом додалось відповідальності у туроператорів, які на даний момент повною мірою відповідають перед туристом за невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування.

Таким чином, за неналежне виконання своїх зобов'язань туроператор, турагент, інші суб'єкти туристичної діяльності несуть майнову або іншу відповідальність, визначену в договорі у відповідності з чинним законодавством. Крім того, на думку Верховного Суду України, при розгляді справ вказаної категорії судам також слід враховувати положення Цивільного кодексу, згідно з якими до договору на туристичне обслуговування застосовуються загальні положення договору про надання послуг, якщо інше не передбачено законом.

Тобто, виходячи з норм, відзначених Верховним Судом України, за невиконання і за якість виконання зобов'язання за договором про реалізацію туристичного продукту, укладеним тур агентом як від імені туроператора, такі ввід власного імені, несе туроператор. Вказане положення відносно туристичного продукту діє незалежно від того, хто повинен надавати ці послуги (звісно, якщо іншим законом або нормативно-правовим актом не передбачено, що відповідальність перед туристом несе третя особа).

Необхідно звернути увагу на висновки, що робить ВСУ, за умови того, що турист з будь-яких причин відмовляється від послуги, оскільки послуга фактично не надається. Згідно з п. 4 ч. 2 ст. 24 Закону «Про туризм» суб'єкти туристичної діяльності зобов'язані надавати туристам необхідну і достовірну інформацію про туристичні послуги, права, обов'язки і правила поведінки туристів (екскурсантів), умови страхування, порядок відшкодування спричинених збитків, умови відмови від послуг, правила візового митного режиму, перетину державного кордону та іншу інформацію, передбачену даним Законом.

При цьому ВСУ відзначає, що згідно з ч. 15 ст. 20 Закону «Про туризм» якість туристичних послуг повинна відповідати умовам договору на туристичне обслуговування, порядок і способи захисту порушених прав туристів визначаються Законом «Про захист прав споживачів».

На думку суду, в цьому випадку вимоги про відшкодування матеріальної та моральної шкоди слід виходити з визначених законодавцем понять «замовник» і «виконавець» (згідно з положеннями Цивільного кодексу). Тобто, якщо фізична особа уклала договір на туристичне обслуговування, між цією особою і туроператором виникли правовідносини, котрі регулюються Законом «Про туризм», і складовою частиною цих відносин є зміна умов договору, його розірвання (відмови від виконання), невиконання або неналежне виконання (ст. 20 Закону «Про туризм»).

Зважаючи на зміст Директиви 90/314/ЄЕС, на нашу думку, доцільно у межах законодавства визначити характеристики типу житлового приміщення, його місцезнаходження, категорії чи ступінь зручності, його основних ознак, наявності дозволів і туристичної класифікації відповідно до правил у відповідній державі-члені перебування. також важливим є визначення у законодавстві України вимоги про наявність певної мінімальної кількості осіб для організації комплексу туристичних послуг і, якщо таке має місце, граничний термін інформування споживача у разі скасування комплексу туристичних послуг.

Найбільш гостро, внаслідок існуючих чисельних проблем при правозастосуванні загальних норм, на даному етапі постало питання про необхідність розробки спеціального колізійного регулювання саме туристичних відносин.

У даному випадку законодавець в більшості випадків використовує доктрину «характерного виконання» (*characteristic performance*). Суть її полягає в тому, що договірні відносини мають регулюватися особистим законом особи, на яку покладено виконання.

Слід додати, що з точки зору повноти регулювання договірних відносин за участю споживачів, відповідності уніфікованому в рамках ЄС підходу до визначення споживача, рівня захисту його прав та юридичної техніки ст. 44 Закону України «Про міжнародне приватне право» повністю відповідає реаліям сьогодення. Зазначена редакція є моделлю при створенні відповідної норми Європейського Цивільного кодексу, з необхідністю включення до якого основних положень про договір споживання погоджується більшість провідних вчених Європи в галузі захисту прав споживачів.

Оцінюючи процеси, що адаптують український туристичний сектор до вимог Європейського Союзу у галузі туризму, треба визнати їх ефективність. Адаптація вітчизняного законодавства до законодавства, діючого у ЄС у сфері туризму, є надзвичайно складним завданням, разом із тим за останні два роки цей процес доцільно визнати як такий, що відбувся і невирішеними, залишаються питання, пов'язані із назвою у законодавстві відповідних договорів, введенням переліку прав туристів до Закону України «Про туризм», визначенням поняття якості туристичного продукту. Доцільним також є запровадження у законодавстві про туризм характеристик типу житлового приміщення, його місцезнаходження, категорії чи ступінь зручності, його основних ознак, наявності дозволів і туристичної класифікації відповідно до правил у відповідній державі-члені перебування, а також визначення у законодавстві України вимоги про наявність певної мінімальної кількості осіб для організації комплексу туристичних послуг і, якщо таке має місце, граничний термін інформування споживача у разі скасування комплексу туристичних послуг відповідно до положень Директиви 90/314/ЄЕС.

4. Захист прав споживачів у сфері медичних послуг.

Коли людина, звертаючись за медичною допомогою, розраховує на якісні медичні послуги, а також надіється швидко відновити здоров'я. Однак часто трапляється так, що медичний персонал припускається помилки та завдає шкоди здоров'ю пацієнта. Інколи ця помилка коштує життя. І тоді пацієнт або ж його родичі намагаються «відшукати правду», звертаючись спочатку до медичного закладу, а якщо все-таки не вдалось піти на компроміс – до суду.

Що ж робити коли споживач отримав неякісні медичні послуги? І так, розглянемо алгоритм дій при захисті прав споживачів медичних послуг.

Відповідно до п. 7 ч. 1 ст. 1 Закону «Про захист прав споживачів», договір - це усний чи письмовий правочин між споживачем і продавцем (виконавцем) про якість, терміни, ціну та інші умови, за яких реалізується продукція. Вчинення усного правочину оформляється квитанцією, товарним чи касовим чеком, квитком, талоном або іншими документами. Отже, звертаючись по медичну допомогу, особа укладає усний договір про надання медичних послуг, згідно з яким є їх споживачем. Тому на відносини, які виникають з такого договору, поширюється дія Закону «Про захист прав споживачів».

Порядок відшкодування шкоди визначений у параграфі 2 глави 82 Цивільного кодексу України, де передбачено, що така шкода відшкодовується юридичною особою (лікарнею, іншим медичним закладом) або фізичною особою (державним лікарем або лікарем, який здійснює приватну медичну практику чи підприємницьку діяльність на підставі ліцензії на медичну практику).

Але як показує судова практика, шкода, завдана здоров'ю пацієнта, не може бути відшкодована, оскільки здоров'я людини не можна відновити до того рівня, який існував раніше. У цьому разі може йтися лише про компенсацію завданих збитків та витрат, понесених пацієнтом. Згідно зі ст. 1195 ЦКУ вона полягає у відшкодуванні потерпілому заробітку (доходу), втраченого ним внаслідок втрати чи зменшення професійної або загальної працездатності, а також у відшкодуванні додаткових витрат, викликаних необхідністю посиленого харчування, санаторно-курортного лікування, придбання ліків, протезування, стороннього догляду тощо.

Стаття 1200 ЦКУ присвячена відшкодуванню шкоди в разі смерті пацієнта. У такому випадку право на звернення до суду з позовом мають непрацездатні особи, які були на утриманні потерпілого або мали на день його смерті право на одержання від нього утримання, а також дитина потерпілого, народжена після його смерті.

Щодо моральної шкоди, то відповідно до ст. 23 ЦКУ відшкодуванню підлягає і моральна шкода, завдана особі. Ця шкода полягає як у фізичному болю, якого особа зазнавала у процесі неправильного лікування в клініці, так і у фізичному болю, який був наслідком неналежної медичної допомоги, а також у болю, завданому під час «виправлення» медичної помилки. Крім того, моральна шкода полягає в душевних стражданнях, яких особа зазнала у зв'язку з такими діями лікарів і які виразилися в переживаннях стосовно стану свого здоров'я, в думці про те, що призначене лікування не допомагає, тощо.

Та все ж, в теорії відшкодування шкоди звучить легко і просто. Та як відбувається це на практиці і яким чином можна довести неправоту лікарів?

По-перше, необхідно довести факт дії чи бездіяльності лікарів, що виразилася в неправильній діагностиці захворювання чи неправильно призначеному лікуванні. Наказом Міністерства охорони здоров'я України затверджені нормативи надання медичної допомоги, які визначають, які саме аналізи та діагностичні дослідження мають бути призначені для підтвердження первинного діагнозу і яка тактика лікування має бути обрана.

Тому, перш ніж звертатися в суд, необхідно визначити, у якому відділенні лікувався хворий (лікарську спеціальність), і встановити, який діагноз поставили хворому в лікувальному закладі. Пацієнт має повне право вимагати будь-яку документацію, яка наявна в лікарняному закладі (зокрема, медичну картку хворого, результати всіх аналізів та щоденник лікування), посилаючись на ст. 34 та 49 Конституції, ст. 285 ЦКУ та ст. 39 Основ законодавства України «Про охорону здоров'я».

Після отримання необхідних документів, заявник може порівняти діагноз та призначене йому лікування з нормативами, що визначають обов'язкові дії лікарів. І лише при виявленні невідповідностей можна говорити, що лікарі неналежно виконали свої обов'язки і припустилися лікувально-діагностичної та/або лікувально-тактичної помилки.

Важливо довести і причинно-наслідковий зв'язок, тобто наявність наслідку у вигляді завдання шкоди здоров'ю пацієнта саме через діяння лікарів. Отримавши підтвердження того, що призначені лікарями діагностичні дослідження чи лікування не відповідали нормативам необхідно довести наявність шкоди для здоров'я пацієнта. Її доказами можуть бути: факти звернення до інших лікарів (які призначали лікування); факти виявлення інших

хвороб чи перехід існуючої хвороби в хронічну форму, що могло бути результатом неправильного лікування; письмові висновки інших лікарів, які оглядали чи лікували пацієнта, що мають силу висновку спеціаліста.

На жаль, лікарі часто використовують «відмовки» навіть при завданні шкоди здоров'ю пацієнта, посилаючись на такі об'єктивні чинники як недосконалість медичної науки на даному її етапі, об'єктивні труднощі діагностики, атиповість розвитку захворювання та його наслідків, запізніла діагностика, зумовлена пізнім зверненням пацієнта, тощо. Тому, якщо Ви вважаєте, що зможете довести всі зазначені складові, варто звернутися до відповідного суду.

Однак, судовий порядок – не єдиний спосіб позитивного врегулювання спору. Потрібно викласти вимоги до закладів охорони здоров'я у письмовому вигляді у формі скарги. Відповідь на запит зобов'язані надати також у письмовому вигляді в обумовлені Законом України «Про звернення громадян». Тоді, якщо спір не вдасться вирішити в такий спосіб – відповідь на запит буде одним із доказів під час судового розгляду справи. Якщо споживачу відмовили в задоволенні його вимог в закладі охорони здоров'я, то слід звертатися зі скаргами до органів виконавчої влади, які забезпечують реалізацію державної політики у сфері охорони здоров'я. Якщо ж все-таки не вдалося вирішити спір в позасудовому порядку – звертатися з позовом до суду

Також слід звернути увагу на те, що для підтвердження негативних наслідків для здоров'я пацієнта чи причин його смерті потрібне застосування спеціальних знань в галузі медицини, тобто призначення судово-медичної експертизи, а іноді й декількох експертиз, коли думки експертів не співпадають або не вирішені всі спірні для сторін питання. Якщо висновок експерта визнаний неповним або неясним, суд може призначити додаткову експертизу, яка доручається тому самому або іншому експерту (експертам). Проте якщо сторона вважає, що висновок експерта необґрунтований, суперечить іншим матеріалам справи або викликає сумніви в його правильності, вона може на підставі ч. 2 ст. 150 ЦПКУ звернутися до суду з клопотанням про призначення повторної експертизи, яка доручається іншому експертові.

Як показує судова практика, суд схиляється до думки, що проведення експертизи є обов'язковим. Розглянемо на прикладі Рішення по справі №463/3653/14-ц, яким частково задоволено позов до обласної клінічної лікарні про відшкодування моральної та матеріальної шкоди та стягнуто на користь позивачів 160 000, 00 грн. моральної шкоди. Так, позивач звернулись до суду на підставі того, що у приміщенні народжувала дитину шляхом застосування операції кесаревого розтину, яку проводили оперуючий хірург. Дитина народилася доношеною, пологовий стан задовільний, однак за 15 хв. стан дитини погіршився, її перевели у відділення інтенсивної терапії недоношених новонароджених дітей, де дитина померла від порушення вітальних функцій центрального генезу у зв'язку з травматичним ушкодженням головного мозку.

Висновком комісійної судово-медичної експертизи встановлено, що причиною смерті новонародженої дитини позивачів стала пологова травма голови у вигляді масивного внутрішньочерепного крововиливу з порушенням мозкового кровообігу та з наступними незворотними змінами мозку, порушенням функції життєво важливих органів, що мали вторинне походження. Причина смерті підтверджена патологоанатомічним та патогістологічним дослідженнями. Судом зазначено, оскільки відповідно до ч.1 ст.1172 ЦК України юридична особа відшкодовує шкоду, завдану їхнім працівником під час виконання ним своїх трудових (службових) обов'язків, а тому суд приходять до висновку, що завдана позивачам шкода, неправомірними діями працівника при здійсненні ним трудових обов'язків, підлягає відшкодуванню обласною клінічною лікарнею. Відповідно до ч.1 ст.1167 ЦК України моральна шкода, завдана фізичній або юридичній особі неправомірними рішеннями, діями чи бездіяльністю, відшкодовується особою, яка її завдала, за наявності її вини, крім випадків, встановлених частиною другою цієї статті.

Розмір відшкодування моральної (немайнової) шкоди суд визначає залежно від характеру та обсягу страждань (фізичних, душевних, психічних тощо), яких зазнав позивач,

характеру немайнових втрат (їх тривалості, можливості відновлення тощо) та з урахуванням інших обставин. Зокрема, враховуються стан здоров'я потерпілого, тяжкість вимушених змін у його життєвих і виробничих стосунках, ступінь зниження престижу, ділової репутації, час та зусилля, необхідні для відновлення попереднього стану, добровільне – за власною ініціативою чи за зверненням потерпілого спростування інформації редакцією засобу масової інформації. При цьому суд має виходити із засад розумності, виваженості та справедливості. Визначаючи розмір відшкодування моральної (немайнової) шкоди, суд повинен наводити в рішенні відповідні мотиви. Суд встановив, що у зв'язку зі смертю новонародженої дитини, яка стала наслідком неналежного виконання професійних обов'язків, позивачам завдано моральну шкоду, яка виразилась у душевних стражданнях, оскільки позивачі з нетерпінням чекали народження дитини, однак у зв'язку з її смертю перебувають у постійному неспокої, тривозі за майбутнім, досі відчувають біль за втраченою дитиною. Враховуючи характер та обсяг страждань, яких зазнали позивачі, їх тривалість, що становить більше 4 років, а також, з урахуванням глибини душевних страждань, неможливість незалежно від часу та зусиль відновити попередній стан позивачів, разом з тим те, що матір дитини зазнала ще й моральних страждань пов'язаних з завданням шкоди її здоров'ю.

Щодо практики Європейського суду з прав людини, рішенні ЄСПЛ від 6.06.2017 у справі «Борсуков проти Росії», нездатність забезпечити огляд, а також неадекватна післяопераційна допомога спричинили тривалі психічні та фізичні страждання заявника, які принижували його людську гідність. Виходячи із цього, Суд констатував, що нездатність влади надати медичну допомогу, якої потребувала особа, є нелюдським і таким, що принижує гідність, поведженням у розумінні ст.3 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод.

Крім вищевказаного, вину лікарів можна довести в кримінальному процесі, особливо коли їхні дії спричинили тяжкі наслідки для хворого, які можуть виражатися в його смерті, самогубстві чи заподіянні йому тілесних ушкоджень. Стаття 140 Кримінального кодексу України встановлює відповідальність лікарів за невиконання чи неналежне виконання своїх професійних обов'язків внаслідок недбалого чи несумлінного ставлення до них, якщо це спричинило тяжкі наслідки для хворого. У цьому разі доцільно звернутись із заявою до правоохоронних органів, а після доведення провини лікарів шляхом винесення судом обвинувального вироку подати позов у межах цивільного процесу. За цих умов факти, на які посилятиметься позивач, уже будуть доведені в кримінальному процесі і не потребуватимуть доказування.

Таким чином, є декілька способів врегулювання конфлікту, що виник через неналежне надання медичних послуг. Але є і низка проблем, з якими майже гарантовано стикається зацікавлена особа, що вимагає поновлення своїх прав.

5.Захист прав споживачів у сфері житлово-комунальних послуг.

На сьогоднішній день, в тих соціально-економічних та політичних умовах, в яких знаходиться наша держава, враховуючи триваючу економічну кризу, надзвичайно гостро стоїть проблема забезпечення населення України якісними житлово-комунальними послугами та, відповідно, належного обліку обсягу фактично наданих послуг та реалізації споживачами закріпленого права на перевірку споживачами якості та кількості (обсягу) надаваних послуг.

Специфіка галузі комунального обслуговування полягає в її багатоеlementності та комплексності, яка характеризується великою кількістю підгалузей, що входять до її складу, а саме: підгалузь водопостачання та водовідведення; підгалузь газопостачання; підгалузь електропостачання; підгалузь теплопостачання; підгалузь поводження з побутовими відходами.

Питання, пов'язані з наданням житлово-комунальних послуг населенню, регулюються низкою законів і ще більшою кількістю підзаконних нормативно-правових актів, розібратися в яких звичайному споживачу не просто.

Відносини у сфері житлово-комунального комунальних послуг належать до категорії цивільно-правових, тому одним із основних документів, що регламентують цю сферу, є Цивільний кодекс України. Також такі відносини регулюють спеціальні акти, такі як Житловий кодекс України і Закон України «Про житлово-комунальні послуги». Крім того, оскільки кожен мешканець є одночасно споживачем житлово-комунальних послуг, то на ці відносини поширюється дія Закону України «Про захист прав споживачів».

Щодо критеріїв визначення рівня якості житловокомунальних послуг слід зауважити наступне. Якість житловокомунальної послуги згідно статті 1 Закону України «Про житлово-комунальні послуги» – сукупність нормованих характеристик житлово-комунальної послуги, що визначає її здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби споживача відповідно до законодавства. В науці було сформульовано критерії визначення якості житлово-комунальних послуг (призначення, надійність, стандартизація, екологічність, безпечність), які можуть дати можливість об'єктивно їх оцінити. Отримало подальший розвиток розуміння формування стандарту житловокомунальної послуги та механізм його формування з урахуванням міжнародних вимог.

Звернемося до окремих житлово-комунальних послуг та особливостей правового регулювання реалізації право споживачів на перевірку якості та обсягу послуг. Щодо послуг з постачання холодної та гарячої води і водовідведення слід зазначити наступне. Згідно пункту 6 Правил надання послуг з централізованого опалення, постачання холодної та гарячої води і водовідведення послуги з централізованого постачання холодної та гарячої води повинні відповідати вимогам щодо якості і тиску води, температури гарячої води, а також розрахунковим нормам витрати води у точці розбору, а послуги з централізованого водовідведення – нормативам з відведення стічних вод за умови підтримання відповідного стану приміщень будинку та прибудинкової території. Згідно статті 9 Закону України «Про питну воду та питне водопостачання» кожному споживачеві гарантується право вільного доступу до інформації про якість питної води. У разі, коли питна вода має відхилення за показниками від державного стандарту, органи місцевого самоврядування інформують споживачів через засоби масової інформації про її якість. При цьому слід зауважити, що чіткий механізм реалізації цього права відсутній, він чітко не прописаний, ні в Законі України «Про питну воду та питне водопостачання», ні у відповідних підзаконних актах. Серед гарантій прав споживачів у сфері питного водопостачання таке право, як право на перевірку якості питної води, відсутнє у статті 7 Закону України «Про питну воду та питне водопостачання». Згідно пункту 29 Правил надання послуг з централізованого опалення, постачання холодної та гарячої води і водовідведення споживач має право на перевірку кількісних і якісних показників надання послуг (якість і тиск води, температура гарячої води, температура повітря у приміщеннях тощо) у порядку, встановленому цими Правилами. Згідно з пунктом 12 Правил єдиним доказом надання чи ненадання послуги з опалення є показання будинкового засобу обліку. Відповідно, існує можливість складання актів знаття показників з будинкового засобу обліку теплової енергії. При цьому у відповідному розділі Правил йдеться про порядок перевірки кількісних та/або якісних показників надання послуг, тобто про саму процедуру звернення до відповідних повноважних органів, а не про перевірку, власне, якості води. Це також потребує відповідних змін до Правил.

Щодо послуг з теплопостачання зауважимо таке. Згідно пункту 6 Правил надання послуг з централізованого опалення послуги з централізованого опалення повинні відповідати нормативній температурі повітря у приміщеннях квартири (будинку садибного типу) за умови їх утеплення споживачами та вжиття власником (балансоутримувачем) будинку та/або виконавцем заходів до утеплення місць загального користування будинку. Згідно статті 24 Закону України «Про теплопостачання» споживачам теплової енергії надано право на отримання інформації щодо якості теплопостачання, режимів споживання теплової енергії, а також отримання обсягів теплової енергії згідно параметрів договорів і стандартів. Цим же законом у статті 31 встановлена відповідальність для суб'єктів господарювання за постачання теплової енергії, параметри якої не відповідають державним стандартам, затвердженим нормативам на теплову енергію. При цьому, також, чітко не виписано

механізм реалізації права споживачів на отримання інформації щодо якості теплопостачання, режимів споживання теплової енергії, а також отримання обсягів теплової енергії згідно параметрів договорів і стандартів. Щодо послуг з газопостачання вбачається за доцільне зауважити таке. Згідно пункту 2 Правил надання населенню послуг з газопостачання якісні показники газу – параметри та характеристики якості газу, визначені нормативними документами. Згідно пункту 28 цих Правил споживач має право на перевірку якісних показників газу та якості надання послуг. При цьому, також сам порядок проведення такої перевірки чітко не прописаний а ні в Законі, а ні в Правилах надання населенню послуг з газопостачання. Питання контролю за якістю газу з боку споживачів газу надзвичайно болюче: адже, лічильники враховують лише об'єм газу, що споживається, а не його якість, і обчислюється в кубічних метрах, а не в гікалоріях або в мегаджоулях (МДж). В європейських країнах, на відміну, постачальник газу відправляє споживачу детальний рахунок, в якому зазначена спожита кількість газу в кубічних метрах і теплота згорання. Це разом і визначає кількість і якість спожитого газу, за який треба заплатити споживачеві. Перевірку якості (калорійності) природного газу, що використовує населення, може бути здійснено на умовах, передбачених згаданими Правилами, а також постановою НКРЕ України від 29 грудня 2003 року № 476 «Про затвердження Порядку відшкодування збитків, завданих споживачів природного газу внаслідок порушення газотранспортною або газопостачальною організацією Правил надання населенню послуг з газопостачання».

Таким чином, в разі сумнівів, споживач може самостійно замовити проведення додаткового аналізу фізико-хімічних показників газу. Аналіз якості природного газу виконує УКНДігаз, на який покладено функції галузевого Центру контролю з якості газу НАК «Нафтогаз України». Проте, не є на сьогодні достатньо поширеним та системним контроль якості газу, як і якості електроенергії. Для забезпечення прозорої експертизи якості газу слід було б створити незалежний орган, який би займався контролем якості енергопродуктів (лабораторія, яка має відповідний сертифікат і право проводити такі аналізи) і куди могли б звернутися споживачі послуг з газопостачання для проведення відповідного незалежного експертного дослідження.

Щодо послуг з вивезення побутових відходів слід зауважити наступне. Основним нормативним актом у сфері надання послуг з вивезення побутових відходів є Закон України «Про відходи» від 05 березня 1998 року № 187/98-ВР. За статтею 7 Закону у сфері поводження з відходами встановлюються такі нормативи: граничні показники утворення відходів у технологічних процесах, питомі показники утворення відходів, використання та втрат сировини у технологічних процесах, інші нормативи, передбачені законодавством. В свою чергу, стаття 35-1 встановлює, що поводження з побутовими відходами здійснюється відповідно до державних норм, стандартів і правил. Правилами надання послуг з вивезення побутових відходів, затвердженими постановою Кабінету міністрів України від 10 грудня 2008 року № 1070 в пункті 9 встановлено, що критерієм якості послуг є дотримання: графіка вивезення побутових відходів (за винятком настання обставин непереборної сили), погодженого з органом місцевого самоврядування; вимог стандартів, нормативів, норм, порядків і цих Правил. Законодавством визначені також мінімальні норми надання послуг з вивезення побутових відходів. Однак, щодо перевірки якості та обсягів надання таких послуг з боку споживачів – процедура чітко не врегульована, що надзвичайно ускладнює облік надання обсягу такого роду послуг.

Щодо такого виду житлово-комунальних послуг, як утримання жилих будинків і прибудинкових територій, слід зауважити, що тут питання порядку надання цих послуг, чіткий перелік послуг та їх зміст чітко визначений Правилами утримання жилих будинків та прибудинкових територій. Так, Правилами, крім іншого, чітко визначено періодичність профілактичного обслуговування елементів жилих будинків, граничні строки невідданої ліквідації виявлених несправностей елементів жилих будинків, орієнтована тривалість ефективної експлуатації елементів жилих будинків тощо. Таким чином, є можливість визначити обсяг та періодичність надання відповідних послуг. В свою чергу, можливість фактичного підтвердження надання чи ненадання відповідної послуги також залишається

проблематичною, оскільки в підзаконних нормативних актах чітко не виписана процедура здійснення перевірки якості надання таких послуг з боку споживачів.

Сьогодні гостро постає питання у житті споживача – отримати якісні та у повному обсязі житлово-комунальні послуги, оскільки не тільки плата за ці послуги нараховується з постійним підвищенням, а й вносяться до чинного законодавства значні зміни. З метою ефективного захисту прав споживачів та запобігання зловживанням з боку виконавців послуг необхідно обов'язково укладати з ними письмові договори, читати їх та вносити зміни. Договірні відносини між споживачем та виконавцем послуг, повинні бути справедливими, з дотриманням принципу добросовісності та не порушувати дисбаланс прав та обов'язків сторін.

Відповідно до ст. 26 розділу V Закону України «Про житлово-комунальні послуги» співвласники багатоквартирних будинків незалежно від обраної ними форми управління багатоквартирним будинком повинні укласти нові договори з виконавцями комунальних послуг (крім послуг з постачання електроенергії та природного газу) за кожним видом комунальної послуги. Згідно чинного законодавства споживач зобов'язаний укласти договір на надання житлово-комунальних послуг, підготовлений виконавцем на основі типового договору. Це означає, що споживач та виконавець мають укласти окремий договір, який конкретизує умови типового договору, уточнює їх, зважаючи на особливості будинку та прибудинкової території.

Відповідно до статті 322 Цивільного Кодексу України, власник зобов'язаний утримувати майно, що йому належить, якщо інше не встановлено договором або законом. Мешканці (співвласники) багатоквартирного будинку, як правило, не є власниками прибудинкових територій. Тому, якщо вони мають бажання отримувати послугу з утримання певної прибудинкової території (межі якої вони можуть визначити самостійно), це також має бути зазначено в договорі. Тому, для захисту інтересів і законних прав споживачів, при укладенні письмових договорів на надання послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій, рекомендую вимагати від виконавців послуг у письмовій формі наступне:

1) включення до пропонованої редакції договору усіх передбачених статтею 26 Закону України «Про житлово-комунальні послуги» пунктів як істотних умов договору;

2) конкретизації істотних умов, зокрема, порядку контролю та звіту сторін, порядку вимірювання обсягів та визначення якості наданих послуг, уточнення термінів та кількісних показників тощо;

3) вимагати від виконавців послуг надання відповідної містобудівної та земельпорядної документації, актів встановлення прав на земельну ділянку, інших правовстановлюючих документів, на підставі яких визначається прибудинкова територія, а отже і договірний обов'язок сплачувати за її утримання.

Виконавець житлово-комунальних послуг зобов'язаний забезпечувати своєчасність та відповідну якість житлово-комунальних послуг згідно із законодавством та умовами договору, а також розглядати у визначений законодавством термін претензії та скарги споживачів і проводити відповідні перерахунки розміру плати за житлово-комунальні послуги в разі їх ненадання або надання не в повному обсязі, зниження їх якості (стаття 21 Закону).

Одним з дієвих та необхідних інструментів захисту прав споживача є складання акту-претензії. Для того, щоб засвідчити факт ненадання послуг, або надання неякісних послуг потрібно скласти у письмовій формі відповідний акт. Без таких актів у кожному конкретному випадку усі претензії до виконавця послуг є абсолютно безпідставні. Або, коли споживач у суді заявляє про те, що послуги йому не надавалися – він повинен це чимось довести. Чинним законодавством визначено порядок складання актів-претензій та їх подання виконавцеві послуг. І тільки такі претензії будуть прийняті виконавцем або судом у якості доказів. Що таке акт-претензія?

Акт-претензія — це документ встановленої форми, що складається споживачем при перерві в наданні житлово-комунальних послуг, їх ненаданні або наданні не в повному обсязі, та який є підставою для здійснення перерахунку суми оплати за них.

Якими нормативно-правовими актами регулюється? Порядок проведення перерахунку розміру плати за послуги з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій у разі перерви в їх наданні, ненадання або надання не в повному обсязі визначений постановою Кабінету Міністрів України від 11 грудня 2013 р. № 970 «Про затвердження Порядку проведення перерахунку розміру плати за послуги з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій у разі перерви в їх наданні, ненадання або надання не в повному обсязі». У цьому Порядку вказано, що у разі надходження актів-претензій від споживачів про перерву в наданні послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій, їх ненадання або надання не в повному обсязі та прийняття виконавцем рішення про їх задоволення, проводиться перерахунок (протягом наступного місяця з дати отримання виконавцем акта-претензії).

У разі порушення виконавцем умов договору споживач має право викликати його представника для складення та підписання акта-претензії споживача, в якому зазначаються строки, види, показники порушень тощо.

Як скласти акт-претензію? Форма акту-претензії є чітко визначеною та затверджена додатком до згаданого Порядку.

Споживач для складення та підписання акта-претензії має право викликати представника виконавця, причому представник виконавця повинен з'явитися на виклик споживача не пізніше строку, визначеного договором. Акт-претензія складається споживачем та представником виконавця і скріплюється їхніми підписами. У разі неприбуття представника виконавця в погоджений умовами договору строк або необґрунтованої відмови від підписання акта-претензії він вважається дійсним, якщо його підписали не менш як два споживачі.

До акту-претензії варто додати фотофіксацію доказів ненадання або надання послуг не в повному обсязі, і послатися на них в тексті акту.

Що робити після складання акту-претензії? Акт-претензія споживача подається виконавцю, який протягом трьох робочих днів вирішує питання про перерахунок платежів або видає письмово споживачу обґрунтовану письмову відмову в задоволенні його претензій. Акт-претензія реєструється уповноваженими особами виконавця у журналі реєстрації актів-претензій про перерву в наданні послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій, їх ненадання або надання не в повному обсязі, форма і наявність якого передбачені Порядком.

Як отримати належні документальні підтвердження? Для підтвердження виклику представника виконавця, окрім особистого/телефонного спілкування рекомендую надати до канцелярії виконавця лист-виклик у довільній формі, отримавши на вашому примірнику/копії листа відмітку канцелярії з проставленою датою та підписом відповідальної за прийняття особи. У крайньому випадку, якщо виконавець уникає отримання листа, ви маєте змогу надіслати виклик поштовим відправленням з описом вкладення, чек та опис від якого також будуть підтвердженням належного виклику.

Акт-претензію рекомендую складати у двох екземплярах із оригінальними (некопійованими) підписами — як у випадку підписання його представником виконавця, так і при складанні з іншими споживачами (сусідами) через неприбуття представника. У такому разі, подавши перший примірник виконавцю (аналогічним до виклику способом — із проставленням відмітки канцелярією, або листом з описом), другий оригінал-примірник лишиться у вас на руках для можливого судового оскарження на випадок “втрати” першого. Якщо представник виконавця відмовляється підписати акт, то запропонуйте йому зробити про це відповідний запис у акті, а у випадку відмови — зафіксуйте цей факт разом із підписами інших споживачів.

Як оскаржити відмову у задоволенні претензії?

У випадку отримання офіційної відмови у задоволенні вимог щодо перерахунку, споживач має право оскаржити дане рішення у судовому порядку. Якщо споживачу було відмовлено у задоволенні претензій, чи ви просто не отримали відповіді, треба зберігати всі ці документи для подання їх до суду при розгляді справи про стягнення заборгованості за послуги чи самостійно звернутися до суду з позовом про перерахунок вартості послуг.

з 1 січня 2019 року:

- споживач отримує право на стягнення штрафу з управителя, виконавців комунальних послуг за перевищення нормативних строків проведення аварійно-відновлюваних робіт (розмір штрафу має визначатися договором про надання послуги);

- індивідуальний споживач буде зобов'язаний забезпечити своєчасну підготовку об'єктів, що знаходяться у його власності, до експлуатації в осінньо-зимовий період;

- колективний споживач у разі несвоєчасного здійснення платежів за житлово-комунальні послуги почне платити пеню у розмірах, встановлених законом або договорами про надання житлово-комунальних послуг для споживачів, яких об'єднує такий колективний споживач;

- за прострочення оплати ж/к послуг споживач зобов'язаний сплатити пеню у розмірі, встановленому в договорі, але не вище 0,01 % сум боргу за кожен день прострочення. Загальний розмір сплаченої пені не може перевищувати 100 % загальної суми боргу. Нарахування пені починається з першого робочого дня, наступного за останнім днем граничного строку внесення плати за ж/к послуги. Пеня не нараховується при заборгованості за пільгами і субсидіями або наявності у споживача заборгованості з оплати праці, підтвердженої належним чином;

- пільги і субсидії на оплату житлово-комунальних послуг виплачуються споживачу у грошовій формі;

- вводиться атестація управителів багатоквартирними будинками (юр або фізособа).

Питання для самоконтролю:

1. Як здійснюється захист прав споживачів при купівлі-продажі ними об'єктів нерухомості?

2. Дайте визначення договору банківського вкладу та охарактеризуйте його форму.

3. Які є види банківських вкладів?

4. Проаналізуйте нарахування процентів за банківським вкладом.

5. Як здійснюється захист прав споживачів за договором банківського вкладу.

6. Дайте визначення поняття «туризм», назвіть його види.

7. Які права має споживач у сфері туристичного обслуговування?

8. Як здійснюється захист прав споживачів у сфері туристичних послуг?

9. Дайте визначення поняття «медичні послуги».

10. Які права має споживач у сфері медичних послуг?

11. Як здійснюється захист прав споживачів у сфері медичних послуг?

12. Дайте визначення поняття «житлово-комунальні послуги» та звіть їх види.

13. Назвіть права споживачів у сфері житлово-комунальних послуг.

14. Охарактеризуйте порядок укладання договорів у сфері житлово-комунальних послуг.

Рекомендована література:

Нормативно-правові акти

1. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР (у редакції від 30.09.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>

2. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1024- XII (у редакції від 10.06.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>

5. Про відповідальність за шкоду, завдану внаслідок дефекту в продукції: Закон України від 19.05.2011 р. № 47 (поточна редакція) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3390-17>

6. Про відходи: Закон України від 05.03.1998 № 187/98-ВР (у редакції від 14.10.2018) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3390-17>

6 Про житлово-комунальні послуги: Закон України від 24.06.2004 р. № 1875-IV (у редакції від 26.11.2016 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1875-15>

7. Про лікарські засоби: Закон України від 04.04.1994 р. № 123/96-ВР (у редакції від 31.08.2018 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1875-15>

8. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII (у редакції від 05.09.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>

9. Про питну воду та питне водопостачання: Закон України від 10.01.2002 № 2918-III у редакції від 14.01.2018) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>

10. Про теплопостачання: Закон України від 02.06.2005 № 2633-IV (у редакції від 19.06.2018) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2633-15>

11. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. №324/95-ВР (у редакції від 11.02.2015 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95>

12. Цивільний кодекс України від 16.03.2003 р. (у редакції від 19.07.2017 р.). // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

13. Правила надання населенню послуг з газопостачання: затв. постановою Кабінету Міністрів України від 09.12.1999 № 2246 (в редакції постанови Кабінету міністрів України від 14.04.2004 № 476) // Офіційний вісник України. – 1999. – № 50. – Ст. 2446.

Додаткова література:

1. Гудима М. М. Визначення предмету договору про надання туристичних послуг / М. М. Гудима // Актуальні проблеми вдосконалення чинного законодавства України : зб. наук. статей. – Івано-Франківськ, 2020. – № 22. – С. 94-97.

2. Куц Л. І. Виробництво лікарських засобів та торгівля ними як види господарської діяльності / Л. І. Куц // Правничий часопис Донецького університету. – 2018. – № 1 (11). – С. 29–34. 3.

3. Коляда В. В. Фармацевтичне право як основа удосконалення правил регулювання рецептурного та безрецептурного відпуску лікарських засобів в Україні / В. В. Коляда, В. В. Шаповалов, В. О. Шаповалова // Ліки України. – 2014. – № 9. – С. 82–84.

4. Коросташивець Ю. Спільні та відмінні риси понять «туристична послуга» та «туристичний продукт» за законодавством України та інших держав / Ю. Коросташивець // Підприємництво, господарство, право. – К., 2010. – № 7. – С. 105-108.

5. Менів Л.Д. Соціально-правова характеристика споживача та його прав / Соціологія права: науково-практичний журнал.- 2014.- №3-4.- с.73-79

6. Менів Л.Д.Окремі питання захисту прав споживачів при придбанні товарів належної якості / Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право».- 2016 р.- № 40. – с.55-62

7. Паєнок А. О. Реклама та оферта при укладенні договорів роздрібної купівлі-продажу товарів // Právna veda a prax: Výzvy moderných európskych integračných procesov: zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie, (Bratislava, 27–28 novem. 2015). Bratislava: Paneurópska vysoká škola, Fakulta práva, 2015. S. 236–239.

8. Паєнок А. О. Розмежування дистанційного способу продажу товару та продажу товару за зразками у договорі роздрібної купівлі-продажу // Právna veda a prax v treťom tisícročí: zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie (Košice 27–28 feb. 2015). Košice: Univerzita Pavla Jožefa Šafarika v Košiciach «Právnická fakulta», 2015. S. 70–72.

9. Пашков В. М. Правове регулювання ринку лікарських засобів в Україні / В. М. Пашков // Підприємництво, господарство і право. – 2014. – № 4. – С. 20–23.
10. Пашков В. М. Публічні інтереси у галузі обігу лікарських засобів / В. М. Пашков // Підприємництво, господарство і право. – 2016. – № 7. – С. 60–63.
11. Плахтій Ю. Нормативно-правове забезпечення у сфері захисту прав споживачів / Ю.Плахтій, Р.Байцар // Вимірювальна техніка та технологія.- 2019.- №74.- С.84-88.

РЕЦЕНЗІЯ
на конспект лекцій
з навчальної дисципліни «Захист прав споживачів»

Завдання дисципліни «Захист прав споживачів» – сформувати у студентів систему знань в галузі захисту прав споживачів, прищепити навички самостійного пошуку, творчої обробки нормативно-правових актів, які регулюють споживчі правовідносини, й ефективного їх використання.

Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Захист прав споживачів» розроблений відповідно до робочої програми для підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня денної та заочної форм навчання галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітня програма «Економіка та організація підприємницької діяльності».

Представлений в конспекті лекцій матеріал висвітлює всі теми, що передбачені до вивчення робочою програмою дисципліни.

Викладення матеріалу в конспекті структуроване, послідовне та логічне, забезпечує реалізацію мети вивчення курсу.

При формуванні всіх тем, що представлені в конспекті лекцій, враховані сучасні результати вивчення основних проблем, що стосуються захисту прав споживачів.

Кожна тема конспекту містить перелік питань, що її деталізують, посилання на літературні джерела, змістовну інформацію, що розкриває сутність теми, перелік контрольних питань для перевірки якості засвоєння матеріалу.

Основні теоретичні положення тем курсу представлені в достатньому обсязі. Матеріал конспекту лекцій викладений в доступній для сприйняття формі, що сприятиме раціоналізації використання лекційного часу, ефективного засвоєння інформації студентами, покращення якості візуального сприйняття лекційного матеріалу.

В цілому, конспект лекцій за змістом та оформленням відповідає встановленим вимогам і рекомендуються до використання у навчальному процесі.

Рецензент

Лаговська Н.В., к.ю.н., доцент кафедри
кримінальної юстиції

РЕЦЕНЗІЯ
на конспект лекцій
з навчальної дисципліни «Захист прав споживачів»

Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Захист прав споживачів» розроблений відповідно до робочої програми для підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня денної та заочної форм навчання галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітня програма «Економіка та організація підприємницької діяльності».

Конспект лекцій з дисципліни «Захист прав споживачів» розкриває теоретичні та практичні проблеми захисту прав споживачів.

Актуальність конспекту лекцій обумовлена недостатньою кількістю сучасних вітчизняних посібників із захисту прав споживачів для поглибленого вивчення дисципліни.

Конспект лекцій є виданням, у якому висвітлені актуальні питання захисту прав споживачів. Він складається із лекційного матеріалу до кожної теми, запитань для самоконтролю знань та рекомендованої літератури.

Метою конспекту лекцій є формування у студентів системи науково-теоретичних та практичних знань із захисту прав споживачів, розкриття сучасних проблем захисту прав споживачів, визначення напрямів розвитку та удосконалення законодавства в цій сфері в умовах інтеграції України до стандартів ЄС, а також допомога студентам здобути теоретичні знання.

Викладення матеріалу в конспекті структуроване, послідовне та логічне, забезпечує реалізацію мети вивчення курсу. При формуванні всіх тем, що представлені в конспекті лекцій, враховані сучасні результати вивчення основних проблем, що стосуються захисту прав споживачів. Матеріал конспекту лекцій викладений в доступній для сприйняття формі.

В цілому, конспект лекцій за змістом та оформленням відповідає встановленим вимогам і рекомендуються до використання у навчальному процесі.

Рецензент:

Самілик Л.О. к.ю.н., доцент,
доцент кафедри приватного права