

І.М. Царук, к.е.н., доц.

Житомирський державний технологічний університет,

Ю.Б. Шпильова, к.е.н., с.н.с.

*ДУ «Інститут економіки природокористування
та сталого розвитку НАН України» (м. Київ)*

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ: МІЖНАРОДНИЙ АСПЕКТ

Відкритість національних економік, глобалізаційні та інтеграційні процеси, підвищення ролі споживання, величезне різноманіття товарів та технологій їх виготовлення, поява нових форм реалізації товарів – це далеко не всі фактори, які актуалізують питання захисту прав споживачів в нинішніх умовах. Ця сфера охоплює цілий ряд заходів та завдань, що покликані захищати громадян від невидимих небезпек в процесі споживання товарів та послуг, забезпечувати гарантію якості харчових продуктів та безпеку товарів, а також зменшувати ризики, що можуть чекати на споживача.

Питання захисту прав споживачів в усьому світі є невід’ємним елементом державної політики. На сьогодні в більшості держав світу підготовлені та прийняті пакети національних та державних нормативно-правових актів, створені відповідні органи координації та управління, формуються різноманітні механізми щодо захисту споживачів, триває активний пошук багатосторонніх форм співробітництва з міжнародними структурами в цій сфері. Разом з тим, в більшості країн, особливо серед країн пострадянського простору, відносини споживачів та виробників ще потребують суттєвого удосконалення, що обумовлено передусім відсутністю гармонізації економічної політики з нагальними проблемами інтересів споживачів. Стан справ погіршується перенасиченням споживчого ринку неякісними та контрафактними товарами, внаслідок чого не забезпечується право споживача на якість та безпечність товарів, погіршується якість життя людей.

На сьогодні в розвинених країнах світу накопичений значний досвід в організації державного та громадського захисту прав споживачів. Зокрема, у Німеччині в сфері правового захисту споживачів існує близько 80 законів, в Австрії – близько 200, в Японії – 50 прийнятих парламентом загальнонаціональних законів, десятки указів та розпоряджень, прийнятих органами місцевого самоуправління, в США – близько 150 законів, в Канаді в кожній провінції діє по 5–6 місцевих законів та близько сотні федеральних. В цілому нормативно-правова база, що стосується цієї сфери, досить велика, вона налічує значний перелік документів, які регламентують питання відшкодування фізичної та матеріальної шкоди споживачам; закони про стандартизацію, сертифікацію та маркування; закони про недопущення обмежень конкуренції; закони, що регулюють питання посилення позицій споживачів у їх відносинах із виробниками, постачальниками та продавцями; закони, що стосуються заходів щодо підвищення рівня поінформованості споживачів; універсальні закони всебічного захисту споживача.

Розвиток ринкових відносин в Україні на початку 90-их років обумовив необхідність розробки ефективного механізму захисту прав та законних інтересів громадян-споживачів. В 1991 р. Україна першою серед країн пострадянського простору прийняла Закон «Про захист прав споживачів», що стало новим імпульсом розвитку споживчого руху в державі та закріпило юридичну основу для захисту прав споживачів. В цілому в Україні законодавчо-правова база в даній сфері налічує понад 40 законів та підзаконних нормативних актів.

Заслуговує окремої уваги Закон РФ «Про захист прав споживачів» (від 07. 02. 1992 р. № 2300-1), який, на думку більшості міжнародних експертів, є найкращим серед країн-учасниць СНД. Адже саме цей документ вважається найлояльнішим у світі після аналогічного американського – тільки в Росії та США споживач має настільки значну кількість привілеїв та правових засобів.

Окремої уваги заслуговує сформована правова база у сфері прав споживачів США, де на першому місці завжди знаходиться споживач, його потреби, інтереси та права, що призвело до появи численних зловживань в даній області. В результаті чого виникло таке явище як споживчий екстремізм, тобто маніпулювання недобросовісними споживачами юридичними нормами (або використання недосконалості національного законодавства) в корисних цілях з метою отримання вигоди або доходу. Щорічні позови недобросовісних споживачів («споживчих рекетирів») налічують мільярди доларів.

Досвід Німеччини в сфері споживчих досліджень є досить показовим. Так, практична реалізація споживчої політики лежить на громадських організаціях споживачів, які користуються довірою у населення. В 2001 р. було створено Федеральне об’єднання центрів захисту прав споживачів – Verbraucherzentrale Bundesverband (далі – VZBV). До його складу входять 16 земельних союзів та 25 різних спілок, головною метою яких є захист та представлення інтересів споживачів. Активно працює Інститут тестування товарів та послуг (Stiftung Warentest), який проводить незалежне тестування товарів та послуг, видає спеціалізовані журнали «Test» і «Finanztest». За 43 роки роботи інститутом проведено понад 4500 тестів про 80 тис. товарів, в т. ч. понад 1500 тестів про послуги. Більше як третина

споживачів Німеччини керується результатами тестів Stiftung Warentest при здійсненні своїх покупок. Діяльність Stiftung Warentest широко відома не лише споживачам Німеччини, а й в усьому світі через участь в роботі багатьох європейських та міжнародних структур.

У світлі тих завдань, що зараз постають перед Україною у зв'язку з її курсом на покращення добробуту її громадян, відкритість національної економіки, інтенсифікацію євроінтеграційних процесів, першочерговими стають питання ефективного захисту національних інтересів, узгодження та гармонізації українського законодавства в сфері захисту прав споживачів з нормами міжнародного права. Вивчення існуючих зарубіжних практик захисту прав споживачів дозволить визначити напрями найбільш ефективні та доступні для запозичення та адаптації в умовах української економіки.

Таким чином, підсумовуючи викладений вище матеріал, варто зазначити, що система державного захисту прав споживачів в Україні вже створена: сформована нормативно-правова база, створені та функціонують відповідні органи управління, формуються та вдосконалюються основні механізми захисту прав споживачів. В той же час вона ще далека від досконалості та не завжди відповідає вимогам часу. Захист прав споживачів не є цілісним механізмом, оскільки невирішеними залишаються такі проблеми, як: підвищення ролі споживача в суспільстві через створення умов для здорової конкуренції, впровадження сучасних концепцій формування якості та безпеки товарів та послуг, забезпечення створення освітніх навчальних програм та споживчої освіти, забезпечення належного рівня об'єктивності та достовірності інформації про товари та послуги з метою надання споживачам можливості зробити усвідомлений вибір серед різноманіття ринкових пропозицій тощо. З метою покращення ситуації в сфері захисту прав споживачів є необхідним вдосконалення адміністративно-правових процедур і способів захисту споживачів і виробників від контрафактної та фальсифікованої продукції. З боку уповноважених державних органів та суспільних організацій повинні вживатися заходи щодо недопущення на споживчий ринок продукції виробників, яка не відповідає обов'язковим вимогам; запобігання виробництву та реалізації контрафактної та фальсифікованої продукції, а також з надання послуг, які є неякісними і небезпечними для життя і здоров'я споживачів.

Потреби часу вимагають вироблення нових механізмів щодо захисту прав споживачів, покликаних вирішувати прикладні завдання у конкретних сферах споживчих правовідносин, набувають все більшу актуальність (фінансові, комунальні послуги, міжнародний туризм, послуги перевезення пасажирів тощо).

На найближчу перспективу необхідно забезпечити реалізацію таких завдань: подальша гармонізація національного законодавства у сфері захисту прав споживачів; реальна необхідність перегляду та актуалізації окремих норм законодавства з урахуванням кращих світових практик; вироблення узгоджених підходів та координація спільної діяльності при розгляді порушень Закону «Про захист прав споживачів», перш за все на соціально значущих ринках (створення і визначення порядку функціонування комунікативної мережі з оперативного обміну інформацією про факти виявлення небезпечних для споживачів товарів (робіт, послуг), а також порушень прав споживачів з боку господарюючих суб'єктів); активізація суспільної свідомості в таких питаннях, як роль громадських організацій і ЗМІ у стимулюванні відповідального споживання, підвищення ефективності взаємодії ЗМІ, державних органів, громадських організацій, всіх зацікавлених осіб щодо створення цивілізованого ринку.