

## ЗМІСТ ПРАВА СПОЖИВАЧА НА ІНФОРМАЦІЮ

## CONTENT OF THE CONSUMER'S RIGHT TO INFORMATION

Ярова А.С., студентка III курсу  
факультету адвокатури*Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого*

У статті проведено ґрунтовний аналіз забезпечення і реалізації права споживачів на інформацію про продукцію на підставі аналізу національного законодавства (зокрема, комплексного дослідження Закону України «Про захист прав споживачів»), суддівської практики та європейського законодавства. Досліджено та проведено характеристику поняття «необхідна, доступна, достовірна, своєчасна інформація про продукцію», а також проведено аналіз правових наслідків ненадання такої інформації, надання її в неповному обсязі або надання неправдивої інформації. Виділено об'єктивні та суб'єктивні фактори актуальності цього питання для України.

У статті наведено приклади європейського регулювання права споживача на інформацію та приклади із суддівської практики. Метою свого дослідження автор вбачає аналіз поняття «необхідна, доступна, достовірна та своєчасна інформація», а також дослідження правових наслідків невиконання таких обов'язків продавцями, особами, які надають послуги, та виробниками в контексті реалізації права споживачів на інформацію про продукцію.

Розглянуто підстави для розірвання договору та/або відшкодування збитків покупцеві у разі порушення права споживача на інформацію. Автором проведено ґрунтовне дослідження праць науковців і останніх публікацій з цієї теми. У статті наведено тлумачення права споживача на інформацію з його детальним аналізом, розглянуто та детально вивчено міжнародні акти, які стосуються цього питання (зокрема, резолюцію Асамблеї ООН «Керівні принципи для захисту інтересів споживачів»). Автором наведено перелік тієї інформації, яка в обов'язковому порядку повинна бути надана покупцеві.

Отже, було проаналізовано значну кількість як національних, так і європейських нормативно-правових актів, які стосуються поняття «права на інформацію» та його захисту. Автором також були сформульовані висновки, які підбивають підсумок у його дослідженні в контексті реалізації права споживачів на необхідну, доступну, достовірну, своєчасну інформацію про продукцію.

**Ключові слова:** інформація, права споживача, захист права на інформацію.

The article contains a detailed analysis of the content and implementation of consumers' right to information on products on the basis of an analysis of national legislation (in particular, a comprehensive study of the Law of Ukraine "On Consumer Protection") The European Court of Human Rights, the judiciary and European legislation. Research has been carried out on the characterization of concepts "necessary, accessible, reliable, timely information about products", as well as on the analysis of the legal consequences of not providing such information, providing it in incomplete scope or providing false information.

Objective and subjective factors of relevance to Ukraine have been highlighted. The article gives examples of European regulation of the consumer's right to information and provides examples from judicial practice. The purpose of the author's research is to analyse the concept of "necessary, accessible, reliable and timely information", as well as to study the legal consequences of the failure of sellers, persons who provide services and producers to fulfil such obligations, in the context of the realization of the right of consumers to product information.

The grounds for avoidance of the contract and/or damages to the buyer in case of violation of the consumer's right to information are also considered. The author also conducted an extensive study of the writings of scholars and recent publications on the subject. In addition, the article provides interpretations of the consumer's right to information and its detailed analysis. International instruments dealing with these issues (e.g., UN Assembly resolution "Guidelines for Consumer Protection") have also been reviewed and studied in detail.

The author gives a list of the information that must be provided to the buyer. Thus, a considerable number of both State and European legal acts concerning the concept of "right to information" and its protection were analyzed. The author has also drawn conclusions that form the basis of his research in the context of the realization of the right of consumers to necessary, accessible, reliable and timely information about the products.

**Key words:** information, rights of the promoter, consumer protection.

**Постановка проблеми.** Після здобуття Україною незалежності відбувся перехід країни до ринкової економіки, що призвело до появи стійких зв'язків з іншими країнами, збільшення «спілкування» та товарообміну між державами. Ці питання викликають і ставлять перед законодавцем питання щодо забезпечення захисту прав споживачів при придбанні ними певних товарів або послуг. Однією з гарантій такого захисту є право споживачів на інформацію про товар або роботу (послугу). Зміст цього права складає право споживачів при придбанні, замовленні або використанні продукції на необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про цю продукцію. Ця інформація дозволяє забезпечити повний обсяг прав і компетентний вибір у разі вибору товару при укладенні договору купівлі-продажу.

Постає питання: що саме законодавець розуміє під «необхідною, доступною, достовірною та своєчасною інформацією», закріпленою у ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів» (далі – Закон)? Актуальність цього питання полягає й у відсутності єдиного підходу до розуміння цієї проблеми серед науковців. Актуальним є і питання, присвячене дослідженню правових наслідків невиконання обов'язків продавцями, особами, які надають послуги, та виробниками щодо надання інформації як гарантованого права споживача.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням тлумачення права споживачів на інформацію присвячено багато досліджень різних науковців, зокрема С.А. Косінова, Т.О. Кагала, О.М. Готіна, Г.А. Осетинської та інших. Питанню реалізації цього права присвячені праці Л.М. Іваненко, О.М. Язвінської, І.В. Шебулдаєва, І.О. Дудли, М.І. Хавронюк, М.І. Мельника, Т.В. Меланчука. Про нагальність порушеної проблеми свідчить велика кількість позовів до суду з вимогою реалізації права на інформацію або захисту у разі порушення такого права. Отже, питання отримання необхідної інформації споживачем все ще залишається актуальним. Окрім цього, необхідно розглянути і питання щодо обсягу надання інформації споживачеві, її межі.

**Метою статті** є аналіз поняття «необхідна, доступна, достовірна та своєчасна інформація», а також дослідження правових наслідків невиконання таких обов'язків продавцями, особами, які надають послуги, та виробниками в контексті реалізації права споживачів на інформацію про продукцію.

**Виклад основного матеріалу.** Нещодавно поняття «право на інформацію» не було виокремлено як самостійна юридична категорія і ще не мало свого закріплення у законодавстві України. Стаття 50 Конституції

України встановлює, що «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» [1].

Однак в юридичній науці все ще відсутній єдиний підхід до розуміння природи такого права. Деякі науковці відносять право на інформацію до культурних прав і свобод [2], інші – розглядають його як частину права на свободу поширення інформації або свободи слова та друку. Але право на інформацію є дещо ширшим, ніж свобода слова та друку, оскільки включає в себе сукупність здібностей людини на отримання, зберігання та розповсюдження інформації. Із закріпленням такого права в Конституції України та багатьох міжнародно-правових актах воно стало поруч із природними (особистими) правами людини.

Отже, право на інформацію можна тлумачити як право на отримання різного роду відомостей, необхідних для здійснення усіх життєвих функцій як кожної людини окремо, так і окремих об'єднань осіб, суспільства загалом. Реалізація права на отримання інформації є основою процесу інформаційного забезпечення економічного та соціального розвитку суспільства, свого роду певним «вихідним пунктом» цього процесу та його кінцевою метою [3].

Генеральною Асамблеєю ООН в резолюції «Керівні принципи для захисту інтересів споживачів» від 09.04.1985 закріплено обов'язок країн-учасниць розробляти, укріплювати або продовжувати активну політику захисту інтересів споживачів з урахуванням викладених у цій резолюції принципів. Також визначені найважливіші потреби споживачів, які повинні бути реалізовані. Серед них і доступ до відповідної інформації, необхідної для компетентного вибору відповідно до індивідуальних запитів і потреб.

Важливими є й інші питання, окреслені у вказаній резолюції, які безпосередньо стосуються обов'язку надання інформації про продукцію споживачеві: інформація про правильне використання товарів, інформація про можливі ризики, пов'язані з їх використанням, інформація стосовно особливостей товару. Там, де це можливо, споживачам повинна повідомлятися найважливіша інформація про безпечне використання за допомогою зрозумілих у міжнародних масштабах позначень. Споживачам необхідно надавати інформацію про наявні процедури отримання компенсації і вирішення інших конфліктів.

Відповідно до Закону України «Про інформацію» інформація – це будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді [4]. Згідно зі ст. 4 ЗУ «Про захист прав споживачів» (далі – Закон) споживач має право на отримання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації державною мовою про продукцію, її кількість, якість, асортимент, її виробника (виконавця, продавця) відповідно до Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної». Згідно зі ст. 6 Закону продавець (виробник, виконавець) повинен забезпечити не лише належну якість продукції, але й інформацію про неї.

У ст. 15 Закону визначено, яку інформацію продавець (виробник або виконавець) повинен надати (певний обсяг) споживачеві: назва товару, найменування або відтворення знаку для товарів і послуг, за якими вони реалізуються; дані про основні властивості продукції, номінальну кількість (масу, об'єм), умови використання; відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин, які встановлені нормативно-правовими актами, застереження щодо застосування окремої продукції, якщо такі застереження встановлені нормативно-правовими актами; позначку про наявність у складі продукції генетично модифікованих організмів; дані про ціну (тариф), умови та правила

придбання продукції; дату виготовлення; відомості про умови зберігання; гарантійні зобов'язання виробника (виконавця); правила та умови ефективного і безпечного використання продукції; 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; найменування та місцезнаходження виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

Останніми роками в нашій країні все більшого значення набувають питання, пов'язані з євроінтеграцією. Не менш важливою є практика ЄС щодо цього питання. Так, темі прав споживачів на інформацію присвячена директива ЄС № 1169/2011 від 25.10.2011 «Про надання споживачам інформації про харчову продукцію». З її положень можна зробити висновок, що, окрім основної інформації про продукт харчування, на отримання якої має право споживач, обов'язковим є й зазначення інформації про країну та місце походження продукту харчування від виробника харчової продукції.

З метою приведення національного законодавства до норм ЄС 11.12.2019 набрав чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо гармонізації законодавства у сфері порівняльної реклами із правом Європейського Союзу» від 12.11.2019 № 286-IX [8]. Верховна Рада України постановила внести зміни до деяких законодавчих актів України, в тому числі до Закону України «Про захист прав споживачів», а саме до статті 19 Закону. Так, у ч. 2 ст. 19 розширено перелік інформації, ненадання якої або надання неправдивої чи неповної інформації вважається уведенням споживача в оману. Також внесені зміни стосуються доповнення переліку форм підприємницької практики, які вводять в оману.

Повертаючись до питання тлумачення, необхідно зазначити, що у законодавстві не закріплено, що саме законодавець розуміє під такою характеристикою як «необхідна інформація». Академічний тлумачний словник української мови [5] виходить із того, що «необхідний» – це: 1) той, без якого не можливо обійтися; катче потрібний; 2) той, що обов'язково потрібний для забезпечення нормальних умов життя, праці. Отже, можна зробити висновок, що під поняттям «необхідна інформація» розуміється та інформація, яка є обов'язковою відповідно до законодавства та без якої не можливе нормальне функціонування цієї продукції.

У цьому ж словнику наведено визначення терміну «достовірний» – той, який не викликає сумніву, цілком правильний, точний. Отже, достовірна інформація – це правдива інформація про продукцію. Необхідно враховувати, що під доступністю інформації ми розуміємо те, що вона повинна бути легкою у розумінні для кожного зі споживачів. З критеріїв доступності виділяємо зрозумілий зміст інформації; мову інформації та інше. Доступність інформації (способи її доведення до споживачів) регулюється законодавством України, тобто має імперативний характер (встановлює обов'язок продавця або виробника).

Спірним є питання щодо своєчасності надання інформації, чи є якісь часові межі. Верховний Суд стверджує, що право на доступ особи до публічної інформації включає в себе не тільки право на отримання відповідної інформації, а й право на своєчасність її отримання. Крім того, привертає увагу витяг зі справи Верховного Суду про те, що «отримана із місячним запізненням від відповідача інформація не мала для позивача значення, оскільки її актуальність була важливою в період подання такого запиту». Вважаємо, що ці положення можна віднести і до права споживача на інформацію. Отже, своєчасність надання інформації знаходиться в часових межах актуальності та потреби в цій інформації [12].

Якщо внаслідок надання недоступної, недостовірної, неповної або несвоєчасної інформації про продукцію та про виробника (виконавця, продавця) або ненадання такої інформації взагалі це спричинило придбання продукції, яка не має потрібних споживачеві властивостей, у споживача виникає право на розірвання договору і право вимагати відшкодування завданих йому збитків (п. 1 ч. 7 ст. 15 Закону); у разі неможливості використання придбаної продукції за призначенням – виникає право вимагати надання у прийняттю короткий, але не більше місяця, строк надання належної інформації (ч. 3 ст. 8 Закону).

У разі заподіяння шкоди життю, здоров'ю або майну споживача, що спричинено наданням недоступної, недостовірної, неповної або несвоєчасної інформації про продукцію або про виробника (виконавця, продавця) споживач має право висунути продавцю (виробнику, виконавцю) вимоги, передбачені законом, а також вимагати відшкодування збитків, завданих природним об'єктам, які перебувають у його володінні на праві власності або на інших підставах, передбачених законом чи договором (п. 3 ч. 7 ст. 1 Закону).

Відповідно до п. 12 Постанови Пленуму Верховного Суду від 1996 року № 5 «Про практику розгляду цивільних справ за позовами про захист прав споживачів» (далі – постанова Пленуму № 5) у справах за позовами про захист прав споживачів, порушених внаслідок недостовірної або неповної інформації про товар (роботу, послугу) чи недобросовісної його реклами, суд має виходити із припущення, що споживач не має спеціальних знань про властивості та характеристики товарів (робіт, послуг). Варто зазначити, що продавець (виробник або виконавець) не має права не надавати інформацію про продукцію, посилаючись на поінформованість споживача (зокрема, це явище отримало назву «презумпція поінформованості», тобто споживач визнається завжди таким, який не має спеціальних знань про властивості, якості та характеристики продукції).

Так, у справі № 6-1359808 за позовом Особи\_1 про розірвання договору купівлі-продажу свої позовні вимоги позивачка обґрунтовувала тим, що придбала в магазині «М.» плазмовий телевізор вартістю 9 тисяч 530 гривень. Після сплати повної вартості товару продавець видав гарантійну картку й доставив телевізор за місцем її проживання, де після розкриття упаковки було виявлено дефект – тріщини на плазмовій поверхні телевізора. Екс-

перти КП «Т.-п.п.К.» за участю фахівців сервісного центру ВАТ «Р-2001» провели експертизу, за висновком якої «телевізор має дефект виробничого характеру і є неякісним». Згідно з актом технічного стану, складеним фахівцями сервісного центру ВАТ «Р-2001», придбана позивачкою модель телевізора була не призначена для продажу на території України, не мала сертифіката відповідності стандартам, встановленим в Україні, і не підлягала безкоштовному гарантійному ремонту.

За результатами розгляду цієї справи Верховним Судом України було винесено рішення про розірвання договору купівлі-продажу телевізора на підставі підстави ч. 7 ст. 15 Закону № 1023-ХІІ, тому що відповідач, надавши позивачці недостовірну інформацію про плазмовий телевізор як про товар якісний і такий, що офіційно продається, продав товар, який не підлягає продажу на території України, не підлягає експлуатації, гарантійному ремонту й обслуговуванню згідно з висновком суду першої інстанції.

До фактів, які підлягають доказуванню у справах про захист прав споживачів, зокрема і в разі ненадання інформації споживачам відповідно до витягу з «Судової практики з розгляду цивільних справ про захист прав споживачів» ВСУ від 01.02.2013, необхідно віднести такі: чи мало місце придбання продукції (замовлення послуги); чи надавалася інформація про товар (послугу) і яка саме; відомості про властивості товару та відповідність їх потребам споживача, вимогам встановлених нормативів; чи мало місце використання товару; чи мало місце заподіяння шкоди, завданої життю, здоров'ю або майну споживача [6].

**Висновки.** Проаналізувавши усі наведені вище факти, необхідно зазначити, що право споживача на інформацію щодо продукції є одним із найважливіших суб'єктивних прав серед інших прав споживачів, адже саме це право може запобігти загрозі покупки неякісного товару або негативним наслідкам, які стосуються здоров'я та життя людини.

Розуміння «права споживача на інформацію про продукцію» та дотримання правил його надання дозволить значно зменшити кількість позовів до суду про визнання правочину недійсним. Інформація про товар (послугу або роботу) має бути необхідною, достатньою, достовірною та своєчасною. Ненадання такої інформації продавцем (виробником) є підставою для виникнення цивільно-правової відповідальності цієї особи.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Конституція України станом на 1 січня 2020 року / *Верховна Рада України*. Харків : Право, 2020.
2. Погорілко В.Ф. Права та свободи людини та громадянина в Україні : навч. посібник. Розділ 4. К. : Ін-юре, 1997. С. 35–39.
3. Тиновидская И.Д. Право на информацию и механизм его реализации. *Труды Института законодательства и сравнительного правоведения*. 1992. Вип. 52. С. 29.
4. Про інформацію : Закон України від 21 грудня 2019 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 03 листопада 2020 року).
5. Про захист прав споживачів : Закон України від 27 лютого 2020 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 24 жовтня 2020 року).
6. Судова практика з розгляду цивільних справ про захист прав споживачів 2009-2012 рр. : витяг із судової практики ВСУ від 1 лютого 2013 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0006700-13> (дата звернення: 15 листопада 2020 року).
7. Академічний тлумачний словник української мови. 1970-1980 рр. URL: <http://sum.in.ua/>.
8. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо гармонізації законодавства у сфері порівняльної реклами із правом Європейського Союзу : Закон України від 12 листопада 2019 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/286-20> (дата звернення: 12 жовтня 2020 року).
9. Микитенко Л.А. Правові проблеми захисту прав споживачів в Україні та шляхи їх вирішення. *Юридична наука та практика: виклики сучасних євроінтеграційних процесів: міжнародна науково-практична конференція*. Paneuropiska vysokola, Fakultta prava, Bratislava, 2015 р.
10. Лашак В.В., Лашак Т.В. Система захисту прав споживачів у провідних країнах світу. *Наукові записки «Острозької академії»*. Серія: «Економіка». 2014. Вип. 25. С. 15–18.
11. Лазарева А. Захист споживачів у Франції. *Споживач*. 1997. Вип. 7.
12. Оксана Ващук-Огданська. Огляд судової практики Верховного Суду, який стосується відновлення права на доступ до публічної інформації. 2019. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/oglyad-vsu-dostup>.