

Лигой Наций вопрос: "Где единая европейская монета?". Лишь 70 лет спустя мы можем ответить на этот вопрос. Евро будет введено 1 января 1999 года, а прежде всего единства политического курса, был создателем идеи объединенной Европы, которую воплотили в жизнь только в 1992 г. создав Европейский Союз - экономическое и политическое объединение 27 европейских государств. Именно в Европейском Союзе с помощью стандартизированной валютной системы, законов, действующих во всех странах союза, был создан общий рынок, гарантирующий свободное движение людей, товаров, капитала и услуг, и единой политики, проводимой и поддерживаемой всеми странами- участницами Союза.

Особенностью Г. Штреземана, как во внутренней так и во внешней политике, было непринятие силового решения конфликтов и решение возникающих вопросов путем мирных переговоров. Правильность курса мирной политики Штреземана подтвердила практика ее использования и переговоров в наши дни.

Научный руководитель: к.ю.н., доц. Рождественская Е.С.

ПРОБЛЕМИ ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «СПОЖИВАЧ» В ЗАКОНОДАВСТВІ УКРАЇНИ

Бродникова Тетяна Олександрівна
студентка V курсу

юридичного факультету

Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна

e-mail: tasya777@mail.ru

Ключові слова: споживач, консьюмеризм, захист прав споживачів.

Усі ми – споживачі, незалежно від віку, статі, освіти, соціального статусу, займаної посади, оскільки протягом життя споживаємо товари і послуги й платимо за них. А вони, на жаль, далеко не завжди виправдовують наші сподівання. Тому кожен з нас має знати свої права, захист яких гарантує стаття 42 Конституції України: «Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів» [1].

Поняття споживача і споживчий рух виникло в результаті громадського руху, що одержав назву консьюмеризм. У результаті боротьби демократичних сил в останні 40-50 років у Франції та в інших закордонних країнах стало формуватися право споживання. У французькій юридичній літературі воно розглядається іноді як галузь права, яка регламентує відносини, пов'язані із споживанням, незалежно від того, про яке споживання, виробниче або особисте, йде мова. Відповідно до іншої - переважної у французькому правознавстві - точки зору, право споживання - це сукупність норм, спрямованих на захист інтересів рядового споживача товарів і послуг. При цьому під споживачем розуміють не підприємця, а фізичну особу, що придбає той або інший продукт або послугу не для своєї професійної діяльності, свого промислу, а з метою особистого або сімейного використання [3, С.87,110,177,192].

Закон України «Про захист прав споживачів» трактує поняття «споживач» як фізичну особу яка купує, 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 [2]. Німецькі правознавці називають такого споживача кінцевим споживачем. В інших країнах законодавство також розділяє споживачів у виробничій сфері і кінцевих споживачів. Так, у ст. 12 англійського Закону про непорядні умови договорів 1977 р. [4, С. 59-66] говориться про те, що в договорі сторона виступає як

споживач стосовно іншої сторони, якщо вона в ході виконання договору не займається комерційною діяльністю, а друга сторона займається нею. У ст. 14 Закону сказано, що термін «комерційна діяльність» поєднує яку-небудь діяльність, а також діяльність якого-небудь державного департаменту і місцевого або центрального державного органу.

У § 6 Закону ФРН «Про право відмовлення від договору, укладеного на ходу, й інших договорів такого типу» від 16.01.86 р. говориться, що положення даного закону не застосовуються, якщо покупець укладає договір у процесі своєї підприємницької діяльності або інша сторона діє не в рамках підприємницької діяльності.

Цей же принцип закріплюється в § 24 Закону ФРН «Про загальні умови угод» від 09.12.79 р. - § 2, 10, 11, 12 не поширюються на загальні умови договорів, що укладаються комерсантами, якщо договір стосується здійснення його торговельного промислу [4, С.138]. Подібної точки зору дотримується й український законодавець.

Однак у літературі неодноразово висловлювалися думки про недосконалість даного визначення. З визначення випливає, що споживачем є громадянин, що купує товари з визначеною метою: для власних побутових потреб, і ця мета повинна мати місце під час придбання товару. Однак, як зазначає Р. Молчанов найчастіше форма угоди, що укладається громадянином-підприємцем може нічим не відрізнитися від угоди, що укладається громадянином, який не має такого статусу. Документами, що підтверджують наявність такої угоди є тільки розрахункові документи -касовий або товарний чек. Таким чином, він може дійти висновку, що якщо в момент укладення угоди відсутній документальний доказ її «споживчого» характеру, то і громадянин, який купує, не може бути визнаний споживачем [6].

Р. Молчанов пропонує, для вирішення цієї проблеми, поширити статус споживача на громадян - підприємців відносно тих товарів, що можуть бути використані для їхнього особистого сімейного споживання. Однак уявляється, що в даному випадку порушується не тільки підхід до визначення споживача, що сформувався у світовому масштабі, але і передбачений Господарським кодексом України принцип рівноправності суб'єктів господарської діяльності і тим самим приватний підприємець одержує невиправдані переваги.

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

по-перше, фізична особа, тобто на юридичну особу дія закону не розповсюджується;

по-друге, фізична особа яка купує, або має намір придбати товар, тобто в розумінні Закону споживачем є особа яка тільки увійшла до приміщення магазину з наміром придбати товар (в цьому випадку мова може йти про право споживача на рекламу);

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, також не є споживачем.

Виконавцем є суб'єкт господарювання, який виконує роботи або надає послуги.

Продавцем є суб'єкт господарювання, який згідно з договором реалізує споживачеві товари або пропонує їх до реалізації.

Виробником є суб'єкт господарювання, який виробляє товар або заявляє про себе як виробника товару чи про виготовлення такого товару на замовлення, розміщуючи на товарі та/або на упаковці чи супровідних документах, що разом з товаром передаються споживачеві, своє найменування (ім'я), торговельну марку або інший елемент, який ідентифікує такого суб'єкта господарювання; або імпортує товар [2].

При цьому, введенням продукції в обіг вважаються дії суб'єкта господарювання, спрямовані на виготовлення, або ввезення на митну територію України продукції з подальшою самостійною або опосередкованою реалізацією на території України.

Сучасний консюмеризм – це система відносин, що виникають у рамках організованого суспільного руху, спрямованого на захист інтересів споживачів та підвищення соціальної відповідальності виробників і продавців товарів (послуг) перед покупцями й суспільством

загалом. Причому в поняття “виробники” входять не лише виробники 76 Європейські перспективи № 2, 2010 Міжнародно-правова діяльність товарів і послуг, а й виробники рекламного продукту. Консюмеризм породжує відносини між споживачами та виробниками й продавцями товарів (послуг), між державою та представниками підприємницької діяльності, між споживачами та органами з захисту їх прав, між державними та недержавними організаціями, що діють в інтересах споживачів [5, С.154-159].

Консюмеризм є системним явищем. Систему консюмеризму визначено як сукупність взаємопов’язаних елементів, якими виступають інститути консюмеризму, норми захисту прав споживачів, споживчі традиції, ідеологія, свідомість, погляди, культура тощо. Відповідно, елементами системи консюмеризму є: інституційна – підсистема, яка визначає суб’єктний склад та організаційну структуру консюмеризму; нормативна – сукупність правових норм, що регулюють сферу захисту прав споживачів; ідеологічна – споживча ідеологія, свідомість, культура, довіра, погляди, традиції споживання та неписані правила поведінки, що склалися у суспільстві; комунікативна – сукупність інтегративних зв’язків між елементами системи консюмеризму [5, С.154-159]. У сучасному суспільстві консюмеризм виконує функцію забезпечення споживачам свободи вибору, захисну, інформаційну, просвітницьку та регулюючу функції, проявляючись у виробничій сфері, торгівлі, сферах послуг, реклами і навіть у політиці. Консюмеризм сприяє підвищенню ділової активності соціальної відповідальності у бізнесі, зростанню життєвого рівня населення, а також примноженню соціального капіталу – потужного ресурсу, основною властивістю якого є ступінь довіри між членами суспільства.

Аналіз особливостей правового регулювання відносин за участю споживачів дає змогу дійти таких висновків: Законодавство, яке регулює відносини у сфері захисту права споживачів, пройшло ряд етапів становлення. Великий вплив на його розвиток мало ухвалення ЦК України та Закону України «Про захист прав споживачів» та інших нормативно-правових актів, що дозволило закріпити комплекс специфічних правових можливостей, наданих споживачеві. Аналіз сучасного стану правового регулювання відносин у сфері захисту прав споживачів свідчить, що воно потребує вдосконалення як у частині усунення недоліків, так і суперечностей норм різних нормативних актів, що регулюють ці відносини.

Науковий керівник: к.ю.н. Лісніча Т.В.

Література:

1. Конституція України від 28.06.1996 № 30 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>. - Назва з екрану.
2. Закон України “Про захист прав споживачів” від 16.10.2012 № 5463-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12/> - Назва з екрану.
3. Крие А., Жаллз Ж. Внутренняя торговля: Пер. с фр. -М.: Прогресс-Универс, 1993. – 192с.
4. Гражданское, торговое, семейное право капиталистических стран: Сборник нормативных актов. Гражданские и торговые кодексы: Учеб. пособ. / Под ред. М.И. Кулагина, В.К. Пучинского. - М.: УДН, 1989. – 260с.
5. Дочинець Н. Концепція консюмеризму: поняття та найпоширеніші підходи до її трактування // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. –2006. – Т.1, №6. – 258с.
6. Молчанов Р. О защите прав потребителей [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.svoboda.ua>.