

Статья посвящена определению места организаций коллективного управления в процессе реализации исключительных прав на объекты авторского права и смежных прав авторами и другими субъектами права интеллектуальной собственности. Анализируется национальное и зарубежное законодательство, международно-правовые акты, раскрываются вопросы истории возникновения и развития организаций коллективного управления, определяется их правовой статус.

ПРАВО СПОЖИВАЧА НА ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ТОВАР: ПОРІВНЯЛЬНО- ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

Чудик-Білоусова Н. І.,

*кандидат юридичних наук, доцент, науковий співробітник
Лабораторії з проблем адаптації цивільного законодавства України
до стандартів ЄС НДІ приватного права і підприємництва НАПрН України*

Черняк О. Ю.,

*молодший науковий співробітник
Лабораторії з проблем адаптації цивільного законодавства України
до стандартів ЄС НДІ приватного права і підприємництва НАПрН України*

У статті розглядаються окремі питання правового регулювання відносин щодо отримання інформації споживачем про товар за законодавством України та Європейського Союзу. Визначено поняття права споживача на інформацію та сформульовано пропозиції щодо вдосконалення законодавства у сфері захисту прав споживачів.

Ключові слова: споживач, інформація, право на інформацію.

Цілеспрямований розвиток інформаційних відносин, зростання обсягу застосування новітніх інформаційних технологій призвели до стрімкого формування інформаційного суспільства, яке характеризується, перш за все, переорієнтацією економіки з використання матеріальних ресурсів на ефективне впровадження знань, підтримку інновацій, науки і освіти. В Україні, так само як і в усьому світі, проблемам інформації та інформаційних відносин приділяють увагу фахівці різних галузей права, однак найбільший інтерес в останні роки викликають питання, пов'язані із регулюванням інформації.

Дослідження права споживача на інформацію пов'язане, насамперед, із теоретичними напрацюваннями загальної теорії права та цивільного права щодо загального та спеціального правового статусу (С. М. Братусь, Я. Р. Веберс, М. В. Витрук, І. В. Кірюшина, М. І. Матузов та ін.), а також дослідженнями інформаційних відносин та права на інформацію (А. Б. Агапов, С. С. Алексєєв, Ю. М. Батурич, І. Л. Бачило, О. О. Гаврилов, Р. А. Калюжний, В. А. Копилов, В. Н. Лопатін, М. М. Рассолов, Ю. О. Тіхоміров, О. О. Фат'янов, М. О. Федотов та ін.). Окремо дослідженням права споживачів на інформацію займалися А. Ю. Головін, О. Б. Кузнєцова, Є. В. Медянова, Є. В. Павловцев, Є. Ю. Свінцова. Питанням, що пов'язані із правом на інформацію та захистом інформаційних прав в науковій літературі, приділяється значна увага. Адже залежно від того, як вирішуються питання, пов'язані із правом на інформацію, власне, і визначається рівень демократичності суспільства, дотримання прав та свобод людини, але теоретико-правові аспекти захисту прав споживача на інформацію в контексті адаптації чинного законодавства до законодавства ЄС фактично не розроблено.

Право споживача на інформацію гарантується Конституцією України та закріплено в Резолюції Генеральної Асамблеї ООН від 09.04.1985 р., якою закріплено Керівні принципи захисту інтересів споживачів. Амстердамський договір від 01.05.1999 р. у п. 1 ст. 153 передбачив розширення прав споживачів на інформацію в кон-

тексті забезпечення високого рівня їх захисту [1, с. 92]. Відносини у сфері надання інформації врегульовані Цивільним кодексом України [2] та законами України, які безпосередньо чи частково регулюють відносини у сфері захисту прав споживача [3 – 8].

Одержання особою споживчих знань, насамперед, повинно сприяти належному здійсненню їх прав, забезпечувати можливість діяти як розбірливий споживач, здатний зробити компетентний вибір товару чи послуги, що знає свої права й обов'язки, основні способи їх захисту та повинне зробити позитивний вплив і на комерційні організації, стимулюючи останніх до сумлінної поведінки на споживчому ринку [9, с. 64]. Знання прав споживачів дає можливість особі вирішити проблему якості товарів, їх безпеки для здоров'я.

Правовідносини за участю споживача виникають на підставі різноманітних юридичних фактів. Процес реалізації правового статусу споживача починається з моменту, коли він виявив намір придбати товар або безпосередньо робить це, укладаючи цивільно-правовий договір, вступаючи в цивільно-правові відносини. У зв'язку з цим становить науковий інтерес аналіз особливостей юридичних фактів щодо реалізації правового статусу споживача з приводу права на інформацію.

На відміну від приблизного переліку підстав виникнення цивільних прав і обов'язків учасників цивільного обороту, визначених ст. 11 ЦК України [2], значення юридичного факту набуває вираження споживачем наміру придбати товар, про що йдеться у ст. 1 Закону [3]. Природа такого юридичного факту та місця у динаміці цивільних відносин не досить досліджена, адже у більшості публікацій він узагалі не аналізується, хоча на практиці є досить поширеною підставою виникнення правовідносин. Право споживача як право на інформацію про товар виникає до укладення договору з одного факту вираження споживачем наміру вступити в нього: звернувшись до продавця з проханням показати товар, розповісти про його властивості, особа уже реалізує свій правовий статус. Тому відмова про-

давця задовольнити обґрунтовані вимоги споживача в частині надання інформації є порушенням його прав. Так, не надання продавцем інформації про товар визнається необґрунтованим відхиленням торгового підприємства від укладення договору роздрібною купівлі-продажу і тягне за собою обов'язок відшкодувати покупцю завдані цим збитки (ч. 5 ст. 698 ЦК України) [2]. З цієї підстави виникає організаційне правовідношення інформаційного типу, у рамках якого виникають «переддоговірні» права й обов'язки, наприклад, право на інформацію [10, с. 51; 11, с. 277–278].

Питання про те, як розцінювати право на одержання інформації про товар і про продавця (виробника, виконавця), що виникає у споживача незалежно від факту укладення договору лише з одного вираження наміру купити товар, слід визнати дискусійним, адже таке право і, відповідно, обов'язок підприємця надати таку інформацію виникає в силу відповідного акта, тому факту укладення договору тут не потрібно. За порушення таких норм настає відповідальність у вигляді адміністративного штрафу [12, с. 10; 13]. Також зазначають, що обов'язок надання інформації, наявний ще до моменту укладення договору, впливає з публічного, зокрема, договору роздрібною купівлі-продажу) [10, с. 52; 14–16]. У такому контексті зобов'язання з інформування споживача не є договірними, а й не можуть бути віднесені до позадоговірних зобов'язань. Таке зобов'язання пропонують вважати переддоговірним, тобто таким, що виникає у силу інших дій осіб. Кореспондуюче обов'язку підприємця право споживача виникає в момент, коли він висловив намір придбати товар. Такий підхід є обґрунтованим, однак, визначаючи природу дії як вираження наміру, вважаємо, що його слід віднести до категорії юридичних вчинків, тобто таких правомірних дій, з якими закон пов'язує визначені юридичні наслідки незалежно від того, чи були вони спрямовані на такі наслідки чи ні [10, с. 90–91].

А. А. Сукачем висловлена думка, що переддоговірна інформація про товар надається споживачу в силу наявності двохелементного фактичного складу, що включає в себе два юридичних факти: публічну оферту товару і волевиявлення споживача на одержання інформації про товар [11, с. 277–278]. Для того, щоб у споживача виникло суб'єктивне право на інформацію, повинен мати місце юридичний факт, за яким із впевненістю можна було б установити, що на момент звернення споживача до продавця за інформацією про товар останній запропонував йому цей товар, а це можна зробити, орієнтуючись на ознаки публічної оферти. Публічна оферта товару в цьому випадку виступає як окремий юридичний факт. Волевиявлення споживача на одержання інформації про товар не є акцептом, так як немає єдиного вольового акта продавця і покупця, що міг дати підставу стверджувати про наявність договору. Волевиявлення споживача на одержання інформації від продавця може бути виражене як словесно, так і конклюдентною дією. Остання має місце, наприклад, у випадку, коли споживач сам читає інструкцію до товару, що наявна в торговельній залі для загального ознайомлення. На нашу думку, при конклюдентному волевиявленні процес утворення підстави виникнення переддоговірних правовідносин, саме правовідносин як сукупності суб'єктивного права і юридичного обов'язку, збігаються в часі. Адже поки споживач

читає інструкцію, фактично триває процес утворення переддоговірних правовідносин. Водночас споживач фактично реалізовує своє право на інформацію про товар та кореспондуючий йому обов'язок продавця.

Очевидно, що до моменту звернення споживача до відповідної організації щодо придбання чи замовлення продукції право на отримання інформації про продукцію повинно розглядатися як елемент правоздатності. Тому для виникнення права споживача на інформацію необхідне здійснення конкретних дій, що свідчать про намір особи вступити у договірні відносини по отриманню продукції.

Аналізуючи зміст права споживача на інформацію, необхідно зазначити, що відповідно до ст. 15 Закону споживач має право: одержати необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію (товари, роботи, послуги); розірвати договір і вимагати відшкодування завданих збитків; вимагати надання у прийнятно короткий, але не більше місяця, строк належної інформації; пред'явити продавцю (виробнику, виконавцю) вимоги, передбачені ст. 16 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 [3].

Характеризуючи законодавчу регламентацію права споживача на інформацію, необхідно зазначити, що відповідно до ст. 15 Закону споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору [3]. Так, відповідно до змін, внесених до Кодексу України про адміністративні правопорушення, відмова працівників торгівлі, громадського харчування та сфери послуг і громадян, які займаються підприємницькою діяльністю в цих галузях, у наданні громадянам-споживачам необхідної, доступної та достовірної інформації про товари (роботи, послуги), у навчанні 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 у розмірі трьох неоподатковуваних мінімумів доходів громадян [13].

До поняття «необхідної інформації» законом висуваються якісні та кількісні вимоги. Однак законодавство не розкриває зміст цього поняття, тому при виникненні спорів варто виходити із звичайних вимог, що висуваються, з урахуванням інтересу споживача, адже така інформація покликана забезпечити можливість компетентного, незалежного вибору продукції, можливість використання її за призначенням, попередження про небезпеку [7] та про можливість забруднення навколишнього середовища. Фактично до цього поняття повинна бути включена інформація, що відповідно до закону є обов'язковою.

Кількість інформації для споживача має бути достатньою для того, щоб він отримав усі необхідні відомості з приводу визначеної продукції. У встановлених нормативно-правовими актами межах її обсяг визначається виробником (виконавцем) чи споживачем у випадку, якщо виробником (виконавцем) не враховано усі особливості продукції. В зв'язку з цим споживач може поставити будь-яке питання, що стосується продукції, а виробник (виконавець) зобов'язаний вжити усіх розумних заходів для відповіді на них, що дасть змогу забезпечити

повноту інформації. Визначений законодавством перелік відомостей, що має бути наданий споживачу, слід розглядати як обов'язкову інформацію, що є складовою частиною «необхідної» інформації. Так, якщо в силу будь-яких особливостей робіт (послуг) вимагається надання споживачу додаткової інформації, поряд з обов'язковою, яка встановлена законом, виконавець (виробник, продавець) зобов'язаний її надати і не вправі у випадку виникнення спору посилаючись на ту обставину, що інформація не вказана в загальноствореному переліку обов'язкової до доведення до відома споживача інформації. Тому вважаємо, що з метою правильного використання терміна «необхідна інформація» на практиці необхідно його визначити в ст. 1 Закону як будь-які відомості про споживчі властивості товару (робіт, послуг), що становлять інтерес споживача з метою використання продукції, що придбається, а також продавця (виробника, виконавця), доступні для сприйняття людиною та необхідні споживачу для реалізації і захисту своїх прав.

Інформація для споживача повинна бути викладена в доступній (за сприйняттям) формі, тобто викладена мовою, якою володіють ті, на кого поширюється інформація та якщо вона містить лише зрозумілі терміни та загально-вживані і загальновідомі характеристики. Інформація вважається достовірною, коли вона відповідає істинному стану речей [17; 18; 20]. Недостовірна інформація може призвести до неправильного розуміння або прийняття неправильних рішень. Достовірна інформація з часом може стати недостовірною, так як володіє якістю старіння та перестає відповідати істинному стану речей. Своєчасно отримана інформація може принести очікувану користь та позитивний результат для прийняття правильного рішення, хоча несприятливими є її передчасне передання чи його затримка. Тому при розгляді 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 має намір придбати (презумпція непрофесійності споживача) [21].

Праву споживача на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію кореспондується обов'язок продавця (виконавця, виробника) надати цю інформацію до придбання ним товару чи замовлення роботи. Законом визначено особливі вимоги до певних видів продукції. Так, інформація про послуги, пов'язані з концертною, гастрольно-концертною, конкурсною, фестивальною діяльністю, повинна містити відомості 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. Щодо продукції, яка підлягає обов'язковій сертифікації, має надаватися інформація про її сертифікацію. Інформація про продукцію і можливі наслідки її споживання (використання), якщо за певних умов вона може бути небезпечною для життя, здоров'я споживача, його майна, навколишнього природного середовища, доводиться до його відома виробником (виконавцем, продавцем).

Маркування фасованих харчових продуктів повинно містити в доступній для сприйняття покупцем формі інформацію [5; 17; 22 – 25]. Маркування нефасованих харчових продуктів здійснюється в порядку, установленому нормативними документами для певних харчових продуктів, а продаж фасованих вітчизняних та імпортованих харчових продуктів без маркування державною мовою України не допускається [26 – 34]. Для маркування харчових продуктів використовують специфічні символи, якими позначають оздоровчі харчові продукти, дієтичні, профілактичні, біологічно активні харчові добавки, дитяче харчування, харчування для спортсменів.

Одним важливим аспектом права споживача на інформацію про продукцію є порядок позначення цін на продукцію. Загальні принципи позначення цін були встановлені відповідними Директивами ЄС [35; 36]. З метою забезпечення належного інформування споживачів про ціни та полегшення їх порівняння, що має бути досягнуто шляхом зазначення продажної ціни та ціни за одиницю виміру продуктів, які пропонуються споживачам, 16 лютого 1998 р. було прийнято Директиву Європейського Парламенту та Ради 98/6/ЄС щодо продуктів (товарів), які не були попередньо упаковані (розфасовані); їх кількість вимірюється в присутності споживача. Обов'язком продавця (виконавця) є зазначення ціни кожної одиниці такої продукції або однієї категорії продукції, ціни 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 (ч. 3 ст. 15 Закону) [3], тобто позначення цін на продукцію певною мірою відповідають вимогам, що встановлені європейським законодавством. 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: змісту та вартості пропозиції та у разі пропонування товарів, робіт або послуг за одну ціну – ціни таких товарів, робіт або послуг, взятих окремо; умови прийняття пропозиції, зокрема строку її дії та будь-яких обмежень, включаючи обмеження щодо кількості.

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, комплекти товару, зазначеної в експлуатаційних документах; поінформувати про правила користування товаром; заповнити відповідні розділи гарантійного і відривного талонів на гарантійне обслуговування; надати інформацію про підприємства (майстерні), що здійснюють гарантійний ремонт. Обов'язком продавця (виробника, виконавця) є розміщення інформації про продукцію у місцях, де вона реалізується, а також доведення до споживача, за його згодою, інформації про продукцію за допомогою засобів дистанційного зв'язку [3].

Способи доведення інформації до споживача визначаються специфікою окремих сфер обслуговування, хоча вона повинна бути доведена в наочній і доступній формі. Специфіка доведення інформації здебільшого визначається правилами торгівлі окремими видами товарів (у видах договорів купівлі-продажу) і правилами надання різних послуг. З метою покращення інформування споживача в Законі передбачено, що інформація повинна доводитись до відома українською мовою [37].

Інформація може бути передана споживачу як в усній, так і в письмовій формі. Якщо при захисті своїх прав продавець (виробник, виконавець) доведе факт передачі конкретної інформації в усній формі, то вона буде мати таке саме юридичне значення, як і інформація письмова. Однак слід мати на увазі ненадійність надання усної інформації, оскільки під час захисту своїх інтересів у суді існуватиме складність доведення надання такої інформації [38, с. 45], адже законодавство презюмує вину продавця.

Вимоги щодо обсягу інформації про окремі види товарів (робіт, послуг) містяться й в інших законодавчих актах. Так, 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 [5]. Законодавством закріплено низку інших вимог щодо етикетування та маркування харчових продуктів, що відповідають вимогам стандартів ЄС [39], хоча залишаються невирішеними питання щодо опису специфічних символів, їх використання та маркування харчових продуктів штриховими кодами, що повинні регулюватись актами Кабінетом Міністрів України. Так, вимоги щодо інформації про алкогольні напої та тютюнові вироби містить окремий закон [40] та спеціальні Правила [41], якими визначено гранично допустимі рівні вмісту смол та нікотину в димі сигарет, які реалізуються в Україні, що відповідають вимогам, які встановлені відповідною Директивою ЄС [42], але не повністю відображають її зміст з приводу зображень та маркування тютюнових виробів.

Отже, підсумовуючи вищевикладене, вважаємо, що право споживача на інформацію є особливим «переддо-

говірним» правом, що виникає у особи при виявленні наміру придбати чи замовити продукцію для особистих потреб. Право споживача на інформацію можна визначити як встановлене законодавством і гарантоване державою право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію та її виробника, що забезпечує особі можливість свідомого і компетентного вибору товару (роботи, послуги).

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Закон «О защите прав потребителей». Комментарий к Закону и практике его применения / [О. Н. Зименкова, Т. Л. Левшина, В. И. Тобис, А. Е. Шерстобитов]; отв. ред. А. Е. Шерстобитов. – М.: МЦФЭР, 2004. – 352 с.
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. // Офіційний вісник України. – 2003. – № 11. – Ст. 461.
3. Про захист прав споживачів: Закон України від 01.12.2005 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 7. – Ст. 192.
4. Про рекламу: Закон України від 11.07.2003 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 8. – Ст. 62.
5. Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини: Закон України від 06.09.2005 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – № 50. – Ст. 533.
6. Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів: Закон України від 19.12.1995 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 46. – Ст. 345.
7. Про внесення змін до Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів» щодо інформування громадян про наявність у харчових продуктах генетично модифікованих організмів (ГМО): Закон України від 17.12.2009 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2010. – № 9. – Ст. 83.
8. Про лікарські засоби: Закон України від 05.06.2010 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2010. – № 31. – Ст. 415.
9. Шаля Б. А. Права потребителей при выполнении работ (оказании услуг) и их защита: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Шаля Богдан Александрович. – Омск, 1999. – С. 64.
10. Гражданское право: [учебн.] / Под ред. А. П. Сергеева, Ю. К. Толстого. – М.: Проспект, 1998. – Ч. 2. – 778 с.
11. Сукач А. А. Преддоговорное информационное правоотношение в сфере розничной купли-продажи / А. А. Сукач // Ученые записки Юридического института Красноярского государственного университета: Вып. 1 / Отв. ред. Т. В. Сахнова. – Красноярск, 2001. – С. 277 – 278.
12. Артемьев А. Д. Закон «О защите прав потребителей» в системе источников российского права / А. Д. Артемьев, Т. Н. Тамаева, Г. Б. Морозов // Материалы III Всероссийской конференции «Защита прав потребителей». – Екатеринбург, 2000. – С. 10.
13. Про внесення змін до Кодексу України про адміністративні правопорушення щодо порушень порядку проведення розрахунків із споживачами: Закон України від 23.01.1997 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 11. – Ст. 92.
14. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами: наказ Міністерства економіки України від 19.04.2007 р. № 104 // Офіційний вісник України. – 2007. – № 86. – Ст. 3183.
15. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення: постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 р. № 833 // Офіційний вісник України. – 2006. – № 25. – Ст. 1818.
16. Про затвердження Порядку гарантійного ремонту (обслуговування) або гарантійної заміни технічно складних побутових товарів: постанова Кабінету Міністрів України від 11.04.2002 р. № 506 // Офіційний вісник України. – 2002. – № 16. – Ст. 861.
17. Про затвердження Порядку етикетування харчових продуктів, які містять генетично модифіковані організми або вироблені з їх використанням та вводяться в обіг: Постанова Кабінету Міністрів України від 13.05.2009 р. № 468 // Офіційний вісник України. – 2009. – № 37. – Ст. 1240.

18. *Про затвердження* Порядку здійснення оптової та роздрібною торгівлі транспортними засобами та їх складовими частинами, що мають ідентифікаційні номери: постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2009 № 1200 // Офіційний вісник України. – 2009. – № 87. – Ст. 2939.

19. *Про захист* прав покупців сільськогосподарських машин: Закон України від 05.06.2003 р. // Офіційний вісник України. – 2003. – № 26. – Ст. 1253.

20. *Про внесення зміни до статті 12 Закону України «Про лікарські засоби»* щодо маркування лікарських засобів шрифтом Брайля: Закон України від 11.05.2010 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2010. – № 31. – Ст. 415.

21. *Про затвердження* Типових правил роботи оптових ринків сільськогосподарської продукції: наказ Міністерства аграрної політики України від 19.02.2010 р. № 73 // Офіційний вісник України. – 2010. – № 26. – Ст. 1045.

22. *Про затвердження* Правил роздрібною торгівлі продовольчими товарами: наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 11.07.2003 р. № 185 // Офіційний вісник України. – 2003. – № 30. – Ст. 1581.

23. *Про реалізацію* статті 28 Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів»: постанова Кабінету Міністрів України від 26.07.2006 р. № 1023 // Урядовий кур'єр. – 2006. – 9 серпня. – № 147.

24. *Про затвердження* Правил роботи дрібнороздрібною торговельною мережі: наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 08.07.1996 р. № 369, зареєстр. в Міністерстві юстиції України 23.07.1996 р. за № 372/1397 [Електронний ресурс] Верховна Рада України. Вся база «Законодавство України». – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0372-96>.

25. *Про затвердження* Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення: постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 р. № 833 // Офіційний вісник України. – 2006. – № 25. – Ст. 1818.

26. *Про затвердження* Технічного регламенту безпеки іграшок: постанова Кабінету Міністрів України від 08.10.2008 р. № 901 // Офіційний вісник України. – 2008. – № 78. – Ст. 2615.

27. *Про затвердження* Правил пакування та маркування насіння сільськогосподарських культур в Україні: наказ Міністерства аграрної політики України від 22.06.2009 р. № 426 // Офіційний вісник України. – 2009. – № 55. – С. 118.

28. *Про затвердження* Правил роздрібною торгівлі картоплею та плодовоовочевою продукцією: наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі від 08.07.1997 р. № 344 // Офіційний вісник України. – 1997. – № 35. № 322 від 02.06.97 р.

29. *Питання забезпечення реалізації статті 7 Закону України «Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів»*: постанова Кабінету Міністрів України від 12.10.2010 р. № 919 // Офіційний вісник України. – 2010. – № 78. – Ст. 2752.

30. *Про затвердження* Технічного регламенту радіобладнання і телекомунікаційного кінцевого (термінального) облад-

нання: постанова Кабінету Міністрів України від 24.06.2009 р. № 679 // Офіційний вісник України. – 2009. – № 50. – Ст. 1705.

31. *Про затвердження* Технічного регламенту щодо назв текстильних волокон і маркування текстильних виробів: постанова Кабінету Міністрів України від 14.01.2009 р. № 13 // Офіційний вісник України. – 2009. – № 3. – Ст. 86.

32. *Про затвердження* Технічного регламенту етикетування ламп побутового використання стосовно ефективності споживання електроенергії: постанова Кабінету Міністрів України від 27.12.2008 р. № 1144 // Офіційний вісник України. – 2008. – № 100. – Ст. 3335.

33. *Про вилучення з обігу, переробку, утилізацію, знищення або подальше використання неякісної та небезпечної продукції*: Закон України від 14.01.2000 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – № 12. – Ст. 95.

34. *Про затвердження* Правил обов'язкової сертифікації харчових продуктів: наказ Державного комітету України по стандартизації, метрології та сертифікації від 02.06.1997 р. № 322, зареєстр. в Міністерстві юстиції України 15.07.1997 р. за № 259/2063 // Офіційний вісник України. – 1997. – № 29. – Ст. 123.

35. Council Directive 79/581/EEC of 19.06.1979 on consumer protection in the indication of the prices of foodstuffs // OJ. – L 158. – 26.06.1979. – P. 19 – 21.

36. Council Directive 88/314/EEC of 7 June 1988 on consumer protection in the indication of the prices of non-food products // OJ. – L 142. – 09.06.1988. – P. 19 – 22.

37. *Про мови* в Українській РСР: Закон Української РСР від 28.10.1989 р. із змінами, внесеними згідно із Законами України від 28.02.1995 р. та від 06.03.2003 р. // Відомості Верховної Ради України УРСР. – 1989. – № 45. – Ст. 631; Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 13. – Ст. 85; 2003. – № 24. – Ст. 159.

38. Свинцова Е. Ю. Защита прав потребителей в сфере рекламной деятельности в Российской Федерации: Дис... канд. юрид. наук: 12.00.03. – М., 2005. – С. 45.

39. Directive 2000/13/EC of the European Parliament and of the Council of the 20th March, 2000 on the approximation of the laws of the Member States relating to the labelling, presentation and advertising of foodstuffs // OJ. – L 109. – 6.5.2000. – P. 29 – 42.

40. *Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів*: Закон України від 19.12.1995 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 46. – Ст. 345.

41. *Правила роздрібною торгівлі тютюновими виробами, затв. наказом* Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 р. № 218, зареєстровано в Міністерстві юстиції України 20.08.2002 р. за № 679/6967 // Офіційний вісник України. – 2002. – № 34. – Ст. 1632.

42. Directive 2001/37/EC of the European Parliament and of the Council of 5 June 2001 on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning the manufacture, presentation and sale of tobacco products // OJ. – L 194. – 18.7.2001. – P. 26 – 35.

Some issues of legal regulation of relations for information about consumer goods under the laws of Ukraine and the European Union are considered in the article. The concept of the right of the consumer on the information is specified and offers on enhancement of the legislation in the field of protection of the rights of consumers are formulated.

В статье рассматриваются отдельные вопросы правового регулирования отношений по получению потребителем информации о товаре по законодательству Украины и Европейского Союза. Определено понятие права потребителя на информацию и сформулированы предложения по совершенствованию законодательства в области защиты прав потребителей.

ОСОБЛИВОСТІ УЧАСТІ СУБ'ЄКТІВ ПУБЛІЧНОГО ПРАВА У СПАДКОВИХ ВІДНОСИНАХ

Первомайський О. О.,

кандидат юридичних наук, доцент,
старший науковий співробітник відділу проблем приватного права
НДІ приватного права і підприємництва НАПрН України