

СТАНОВЛЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ЗАХИСТ СПОЖИВЧОГО РИНКУ

Рассматривается понятие потребительского рынка и условия возникновения законодательства, направленного на его защиту. Установлена существующая с древнейших времен направленность отечественного законодательства на регламентацию потребительского рынка путем регламентации порядка осуществления хозяйственной деятельности.

The concept of user market and condition of origin of legislation, directed on his defence is examined in the article. The existing from the most ancient times orientation of domestic legislation is set on regulation of user market by regulation of order of realization of economic activity.

Значення розвитку правового захисту споживчого ринку на сучасному етапі складно переоцінити. Нині намітилася тенденція збільшення обсягів споживання, що спричиняє розвиток споживчого ринку і вимагає його відповідного законодавчого врегулювання.

Споживання – це процес задоволення потреб матеріальними і духовними благами, що породжує мотивацію до праці, передбачає використання суспільного продукту певних потреб і є кінцевою ознакою суспільного відтворення. Особисте споживання – це використання людьми різних матеріальних благ і послуг для задоволення своїх особистих потреб, обсяг яких визначається, з одного боку, обсягом виробництва предметів вжитку, а з іншого – наявністю в населення коштів для придбання вказаних благ. У цьому розумінні розвиток споживчого ринку є обов'язковою умовою економічного зростання країни в цілому, а до його функцій належать сприяння контролю споживачів за виробництвом і посилення конкуренції між виробниками товарів і послуг.

Споживчий ринок активно досліджується в працях учених-економістів (А.Н.Азрилян, О.М.Азрилян, Е.В.Калашникова, С.В.Мочерний, Л.Г.Рождественська, Л.О.Лігоненко), вчених-юристів (В.К.Мамутов, Г.Л.Знаменський, С.Кузьміна, Л.Левчук). Однак проблема захисту споживчого ринку потребує додаткового дослідження.

У науковій літературі використовуються різні поняття споживчого ринку. Так, деякі вчені-економісти визначають споживчий ринок як «риннок, на якому окремі особи й домогосподарства купують товари та користуються послугами для особистого та сімейного споживання чи використання»¹. Економічна енциклопедія визначає споживчий ринок як процес придбання домогосподарствами товарів та послуг для особистого вжитку, а ринок предметів споживання – як сукупність необхідних сталих зв'язків між підприємствами, торговельними організаціями, населенням та державою (опосередковано) з приводу купівлі-продажу предметів споживання². На думку Л.Г.Рождественської, ринок є формою взаємовідносин між окремими самостійно функціонуючими учасниками – продавцями та покуп-

© ЗВЕРЄВА Олена Володимирівна – кандидат юридичних наук, доцент, завідувач кафедри Донецького університету економіки та права

цями³. При цьому в рамках товарного обігу існують різні ринки, що класифікуються за типами покупця.

Відокремлюють оптовий ринок, де продавцями є виробники, а покупцями (споживачами) – інші виробники та посередники; біржовий ринок, на якому формуються ціни на пропонувані товари; торгово-посередницький ринок, де покупцями є різні торгові підприємства, що придбавають товари для подальшого перепродажу; на роздрібному споживчому ринку покупцями є кінцеві споживачі, що придбавають товари для особистого споживання та для домогосподарства.

На думку С.Кузьміної і Л.Левчук, споживчий ринок поєднує в собі відносини з приводу просування товару (послуги) від виробника до кінцевого споживача безпосередньо, або за участю оптових та роздрібних торговельних мереж⁴. Безпосередній зв'язок споживача та виробника у процесі суспільного відтворення здійснюється саме на споживчому ринку. Однак економічна нерівність цих учасників споживчого ринку (громадянин-споживач традиційно вважається слабкою стороною у взаєминах із продавцем) потребує обов'язкового втручання держави з метою відповідного регулювання суспільних відносин.

Роль держави у формуванні та розвитку споживчого ринку вбачається в здійсненні заходів законодавчого та нормативного регулювання, спрямованих на забезпечення додержання всіма учасниками ринку економічного правопорядку та захисту їхніх прав та інтересів, а також інтересів держави та суспільства. Вступ України до СОТ, що забезпечує можливість вільного доступу на споживчий ринок країни різноманітних імпортованих товарів, висуває як головну мету державної політики в сфері споживчого ринку підтримку конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників та розвиток конкуренції на внутрішньому ринку, а також захист прав споживачів.

Необхідність державної політики, спрямованої на захист прав споживачів як обов'язкової складової державної політики у сфері споживчого ринку, підтверджується тим, що характерною рисою споживчого ринку дослідники називають сукупність соціально-економічних стосунків виробника і споживача, які формуються в процесі купівлі-продажу (оренди) споживчих товарів і послуг для кінцевого (особистого) вжитку⁵. Особливий соціально-економічний характер споживчого ринку відзначається в контексті завдань побудови соціально-орієнтованої економіки, оскільки він відображає соціально-психологічні стосунки продавця і покупця, а також продавця і виготівника і врешті-решт індикатором добробуту суспільства і надійності політики держави. До функцій споживчого ринку слід віднести посередницьку, стимулюючу, інформаційно-координуючу, ціноутворюючу і регулюючу⁶, що визначає центральне місце споживчого ринку в системі ринків.

Поняття «споживчий ринок» є певною мірою збірним поняттям, оскільки характеризує складну сукупність окремих видів споживчих ринків, які можна класифікувати за об'єктами, суб'єктами, особливостями взаємодії і т. ін. Так, виділяють ринок споживчих товарів і ринок послуг; ринок продовольчих і ринок непродовольчих товарів; внутрішній ринок і зовнішній ринок, а також інші сегменти ринку: ринок району, міста і села; ринок товарів першої необхідності та ринок інших товарів та ін.

Споживчий ринок, як і будь-який інший ринок, діє у визначеному зовнішньому середовищі, а саме – у правовому середовищі, що регламентує взаємовідносини на споживчому ринку всіх його учасників: виробників, продавців та спожив-

вачів. При цьому відповідного правового захисту потребує споживчий ринок у цілому, а не окремі його елементи.

Аналіз законодавства свідчить, що для нашої країни з прадавніх часів була характерна регламентація споживчого ринку в цілому шляхом встановлення спеціальних вимог до порядку здійснення тих чи інших видів діяльності з метою встановлення певних гарантій дотримання прав виробників, продавців та споживачів.

У сучасній юридичній науці практично відсутні праці, присвячені проблемі захисту споживчого ринку. Більшість досліджень стосуються виключно захисту прав громадянина-споживача, що є одним з учасників споживчого ринку. Такий підхід, по-перше, не дає змоги належним чином захистити громадянина-споживача від придбання неякісних товарів, по-друге, не може захистити товаровиробника від контрафактних товарів. Як у першому, так і у другому випадку це спричинено тим, що розгляд проблеми захисту громадянина-споживача (а такий розгляд відбувається виключно з цивільно-правових позицій) не може захистити споживчий ринок від проникнення недоброякісних контрафактних товарів, а в такому випадку вірогідним є як порушення інтересів громадянина-споживача, так і порушення інтересів вітчизняного товаровиробника та продавця. Більше того, вказаний підхід приводить дослідників до спірних висновків. Так, Н.Г.Салухіна, О.М.Язвінська і О.І.Башкатова в навчальному посібнику «Захист прав споживачів» питання захисту прав споживачів відносять до поняття консюмеризму, а основним завданням курсу вважають здобуття студентами глибоких теоретичних знань і усвідомлення основного вмісту консюмеризму як концепції і важливого напрямку соціальної діяльності⁷. Консюмеризмом автори називають організований рух споживачів, а також діяльність державних і суспільних установ за розширення прав і впливу споживачів на виробників і торговців як у комерційній, так і некомерційній сферах. При цьому в розумінні авторів йдеться про державно-суспільну політику, спрямовану на підвищення якості товарів і послуг. Характеризуючи консюмеризм, автори ділять періоди розвитку людства на «суспільство масового виробництва» та «суспільство масового вжитку» і стверджують, що в період суспільства масового виробництва йшлося виключно про виробництво заради виробництва «без акценту на якості товарів і послуг» і лише в суспільстві масового вжитку масове виробництво серійної продукції поступилося місцем виробництву саме високоякісних виробів⁸. Автори називають суспільство масового виробництва ринком продавця, який поступово трансформується в ринок покупця, а суспільство масового вжитку врешті-решт стає ринком покупця-продавця, що нині характерне для високорозвинених країн.

При цьому до ринку покупця-продавця такі характеристики, як запровадження державного планування та запровадження контролю над технологічними змінами, рівнем цін та якістю продукції. Такі висновки надто спірні. Державне планування і контроль за якістю продукції добре відомі з часів СРСР, а захист прав покупців і замовників (споживачів) – ще з прадавніх часів.

Можливо, висновки авторів зумовлені підходом до вивчення матеріалу та його викладення в посібнику: викладено лише досвід зарубіжних країн при цьому не приділяється увага дослідженню вітчизняного досвіду щодо правового регулювання якості. Аналіз законодавства та наукових публікацій у країни та країн СНД свідчить про те, що завжди тут був поширений підхід до захисту споживчого ринку в цілому, а не тільки споживача як окремого його учасника. В законодавстві не

було поняття «споживач», однак держава, за допомогою звичаїв та законів, регулювала питання здійснення торговельної діяльності та медичної практики, встановлювала вимоги до якості продукції, що виробляється, тим самим регламентуючи споживчий ринок та забезпечуючи захист його учасників. Уперше згадки про норми, спрямовані на захист споживчого ринку, зустрічаються в документах IX–XIII ст. Основою такого захисту було право на захист осіб, що уклали з продавцем угоду про купівлю-продаж певного товару, в разі виявлення якихось недоліків⁹. Поряд з «Руською Правдою» діяли княжі статuti, що регламентували окремі питання життя давньоруського суспільства. Дані пам'ятники права були засновані переважно на правових звичаях. Текст «Руської правди» не містить положень, що захищають споживчий ринок, проте вони виявляються в додаткових статтях Просторої редакції «Руської Правди», а пізніше в Псковській Судній грамоті, стаття 118 яка визнавала угоду недійсною, якщо корова продавалася з прихованими дефектами: корова поверталася продавцеві, гроші – покупцеві¹⁰. Дані положення були дуже важливі, адже на їх основі сформулося правило роботи споживчого ринку: продавець зобов'язаний поставити на ринок якісний товар, інакше він несе передбачену законом відповідальність за постачання недоброякісного товару. В основу даного обов'язку і в «Руській правді», й у «Псковській Судній грамоті» лягли торгові звичаї давньоруської держави. Таке регулювання стосувалося важливого і дорогого товару – худоби, адже в ранньофеодальній державі першим загальним еквівалентом у торговому обігу була саме худоба, що замінювала до XI ст. гроші.

Досліджуючи передумови виникнення законодавства, що захищає споживчий ринок, слід зазначити, що багато в чому додержання інтересів учасників ринку залежало від порядності торговців, що дорожили своєю діловою репутацією.

Слід також відзначити, що вже в цей період виділялася регламентація порядку здійснення медичних послуг як специфічного виду господарської діяльності. Медична справа у Київській Русі поділялася на три види надання медичної допомоги: народна медицина, монастирська медицина, світська медицина, при цьому медичні послуги були як платними, так і безкоштовними¹¹. «Руська Правда» закріпила положення про право на медичну практику і встановила законність стягнення з хворих плати за лікування¹², тим самим підтвердивши, що характер відносин у даній сфері має важливе значення, та встановивши порядок здійснення даного виду діяльності.

Отже, вже з давніх часів законодавство було спрямоване на регламентацію споживчого ринку в цілому, а не його окремих елементів. Це зокрема норми, що розподіляють повноваження з контролю за дотриманням мір і вагів, наданням медичних послуг, а також норми інших галузей права, що регламентують порядок здійснення обороту на споживчому ринку та відповідальність за порушення цього порядку: цивільно-правові норми (право розірвання договору), кримінально-правові норми (конфіскація майна, тілесні покарання, кримінальні переслідування волхвування та зелейництва).

Велику роль у становленні законодавства про захист споживчого ринку відіграв Литовський Статут. Як відомо, Велике Князівство Литовське включало деякі російські та українські землі в XIV ст. У 1529 р. був прийнятий перший Статут Великого Князівства Литовського, заснований на «Руській Правді» й звичаєвому праві, який справив істотний вплив на розвиток російського права¹³. Г.Ф.Шершеневич відзначав, що певну роль, навіть більшу, ніж Псковська грамо-

та, Литовський Статут відіграв у розвитку торгового права¹⁴. Саме в ньому містилася велика кількість норм, що захищають споживчий ринок та інтереси його учасників. У Статуті Великого Князівства Литовського 1588 р. містилися не лише норми державного, адміністративного, шлюбно-родинного, цивільного, кримінального права, а й ті, що захищали споживчий ринок, регламентували порядок торгової діяльності:

– норми про ціноутворення. Наприклад, артикул 1 свідчив, що ціна за жеребця мала бути вісім коп грошей, за кобилу – чотири копи;

– норми про міри і ваги. У розділі 3, артикулі 36 було вказано, що в кожному місті та містечках Великого Князівства Литовського, в будинках готельних, по дорогах у торгіві й неторгіві дні зерно повинно продаватися однаковою, рівною мірою. Хто ж з підданих не зважав на дане положення, мали відповідати по праву: сплатити заруку (грошове відшкодування) 12 коп грошей;

– норми про режим роботи продавця. Наприклад, розділ 14 артикул 4 регулював міський порядок під час ярмарків, торгів, свят.

Відтак у даний період були закладені основи публічно-правового регулювання захисту споживчого ринку.

Отже, захист споживчого ринку законодавчо був встановлений з часів Руської правди, постійно вдосконалювався і розвивався, відповідаючи нагальним потребам суспільства.

1. *Краткий экономический словарь* / А.Н.Азрилиян, О.М.Азрилиян, Е.В.Кашникова и др. – М., 2001. – 1084 с. **2.** *Економічна енциклопедія* / Відп. ред. С.В.Мочерний. – К., Т., 2001. – 847с. **3.** *Рождественська Л.Г.* Статистика ринку товарів і послуг / Навч. посіб. – К., 2005. – С. 12. **4.** *Кузьміна С., Левчук Л.* Правове регулювання споживчого ринку України // *Економіка та держава.* – 2007. – № 1. – С. 13–15. **5.** *Споживчий ринок України: методологія дослідження та регулювання: Монографія* / За заг. ред. Л.О.Лігоненко. – К., 2007. – С. 10. **6.** Там само. – С. 12. **7.** *Салухіна Н.Г., Язвінська О.М., Башкатова О.І.* Захист прав споживачів: Навч. посіб. – К., 2007. – С. 6. **8.** Там само. – С. 8. **9.** *Богдан В.В.* История становления законодательства о защите прав потребителей и практики его применения в России / Автореф. дис. к.ю.н. – Курск, 2006. **10.** *Российское законодательство X–XX веков.* – Т. 1. – С. 126. **11.** *Сальников В.П., Стеценко С.Г.* Регламентация медицинской деятельности в России: историко-правовые вопросы (X–XVII в.в.) // *Журнал российского права.* – 2001. – № 24. – С. 144. **12.** Там же. – С. 147. **13.** *Исаев И.А.* История государства и права России. – М., 1996. – С. 30. **14.** *Шершеневич Г.Ф.* Учебник русского гражданского права. – СПб., 1907. – С. 40.