

УДК 347 (476)

НАДЛЕЖАЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ КАК ОБЪЕКТ ПРАВООТНОШЕНИЙ С УЧАСТИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Т.Г. КЕЙТА-СТАНКЕВИЧ

Комментируются наиболее сложные фрагменты нормативной информации и даются соответствующие указания по их использованию. На основе изучения действующих положений нормативных актов, предлагаются свои варианты формулировок статей законов.

В правовой науке вопрос об определении элементов правоотношения (его содержания, субъектов, объектов) является сложным и вызывает до сих пор научные дискуссии между учеными.

В теории гражданского права под объектом правоотношения принято понимать то благо, по поводу которого субъекты вступают в правоотношение, или то, на что направлено правоотношение. Существуют и другие мнения. Так, например, в юридической энциклопедии (В.Г. Гавриленко, Н.И. Ядевич) сказано: «объект - это то, на что направлено внимание субъектов гражданского права» [1, с. 280].

По мнению большинства ученых-правоведов (В.А. Тархов, А.П. Сергеев, Ю.К. Толстой, В.А. Ви-тушко и др.), объектами гражданских правоотношений могут быть вещи, действия (бездействие) и нематериальные блага. Некоторые ученые (А.Г. Калпин, А.И. Масляев и др.) к этому перечню объектов до-бавляют информацию и результаты интеллектуальной деятельности.

Согласно Гражданскому кодексу Республики Беларусь к объектам гражданских прав относятся: вещи (включая деньги и ценные бумаги, иное имущество, в т.ч. имущественные права), работы и услуги, охраняемая информация, исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальная собственность), нематериальные блага (ст. 128 ГК) [2, с. 84].

Объекты гражданских правоотношений с участием потребителей определил Закон "О защите прав потребителей" (в редакции 1993 г.), где ими названы товары, которые в свою очередь классифицируют на товары народного потребления, продукцию, работы и услуги.

Существенным недостатком нового Закона "О защите прав потребителей" (09.01.2002 г.) [3, с. 3] является то, что этот основной нормативно-правовой акт в области защиты прав потребителей не определяет полный круг объектов, по поводу которых возникают гражданские правоотношения с участием потребителей. Однако исходя из ст. 1 закона, где вводится понятие «имущество потребителя», под «объектом» понимается имущество, находящееся у потребителя в собственности, безвозмездном пользовании, аренде и ином правомерном пользовании и (или) владении.

Учитывая старую и новую редакции законов "О защите прав потребителей" и специфику гражданских правоотношений с участием потребителей, можно выделить следующие объекты данного вида правоотношений: товары, продукция, работы, услуги, имущество потребителя и нематериальные блага (жизнь, здоровье потребителя).

Анализируя действующее национальное законодательство в области защиты прав потребителей, в частности, Закон "О защите прав потребителей", можно утверждать, что новым объектом правоотношений с участием потребителей становится информация о товарах, работах, услугах, их изготовителях, исполнителях, продавцах.

Данное утверждение имеет следующие основания:

1. Закон "О защите прав потребителей" определяет потребителя как субъекта права, который:

- имеет намерение приобрести товары, заказать работы и услуги;
- приобретает товары, работы, услуги;
- использует товары, работы, услуги (ст. 1 закона).

Следовательно, потребитель имеет три правовых положения на рынке товаров, работ и услуг.

Рассматривая первое обстоятельство, при котором потребитель имеет намерение приобрести товары (работы, услуги) и находится в стадии выбора, предоставленная ему информация о товарах (работах, услугах) будет являться основанием возникновения (или невозникновения) правоотношений (т.е. приобретения товаров, работ, услуг), а не сам товар (работа, услуга). Иными словами, именно от содержания информации и способа ее доведения до потребителя будет зависеть, приобретет ли потребитель товары либо работы, услуги или нет.

2. Во втором и третьем случаях, когда потребитель приобрел товар (работу, услугу), но не обладал достаточной или достоверной информацией по его использованию (употреблению), что повлекло причи-

нение вреда жизни, здоровью или имуществу потребителя, он вправе предъявить продавцу (изготовителю, исполнителю) законные требования - возместить вред в полном объеме (ст. 8, 16 закона), независимо от их вины и от того, состоял ли потерпевший (потребитель) с ними в договорных отношениях или нет (ст. 964 ГК). Не только причинение вреда, но и непредоставление надлежащей информации будет служить основанием возникновения правоотношений.

Кроме того, непредоставление возможности потребителю получить в месте продажи необходимую и достоверную информацию о товаре служит основанием расторжения договора и возврата продавцом уплаченной за товар суммы, а также возмещения других убытков потребителю (ст. 8 закона). Именно на информацию в данном случае направлено внимание субъектов правоотношения, в частности, потребителя.

Необходимо отметить, что предоставление надлежащей информации потребителю является обязательным и в силу того, что Закон "О защите прав потребителей" защищает потребителя как "слабую" сторону правоотношения, исходя из предположения об отсутствии у потребителя специальных знаний о свойствах и характеристиках товара (работы, услуги) (ст. 8 закона).

Информация, которой должен обладать потребитель, согласно Большому юридическому словарю под ред. А.Я. Сухаревой, бывает двух видов: информация о товарах (работах, услугах) и информация об изготовителе (исполнителе, продавце), что по своей сути также вытекает из Закона "О защите прав потребителей". Согласно определению, информация о товарах (работах, услугах) - это сведения, обеспечивающие возможность компетентного их выбора; информация об изготовителе (исполнителе, продавце) - сведения, предоставляемые изготовителем потребителю о наименовании и местонахождении своего предприятия [4, с. 258].

Какие требования к информации предъявляет Закон?

1. Информация должна быть предоставлена своевременно.
2. Информация должна быть необходимой и достоверной, а также однозначно понимаемой и полной, чтобы потребитель не мог быть обманут и введен в заблуждение относительно состава, свойств, природы происхождения, способа изготовления, а также других сведений, характеризующих прямо или косвенно качество и безопасность товара (работы, услуги), и не мог ошибочно принять данный товар (работу, услугу) за близкий к нему по внешнему виду или другим показателям.
3. Информация должна быть предоставлена непосредственно с товаром (работой, услугой).
4. Информация должна быть предоставлена на русском или белорусском языке (информация, сообщенная или переданная на иностранном языке, считается непредоставленной, исключением из данного правила является предоставление информации на иностранном языке по желанию потребителя).
5. Информация должна быть предоставлена определенными нормативными документами способом. Если способ не установлен, то информация может быть нанесена любым способом и должна быть четкой и легко читаемой [5, с. 7].
6. Средства нанесения информации, контактирующие с продуктом, не должны влиять на качество продукта и должны обеспечивать стойкость маркировки при хранении, транспортировании и реализации продуктов.
7. Изготовитель должен располагать информацией о товаре на одном и том же месте потребительской тары, этикетки, удобном для прочтения потребителем.
8. Информация в обязательном порядке должна содержать:
 - наименование товара;
 - обозначение нормативного документа, устанавливающего требования к качеству товара (госстандарты, технические условия, санитарные нормы и правила и др.);
 - сведения об основных потребительских свойствах товаров;
 - цену и условия приобретения товаров;
 - гарантийный срок (если он установлен);
 - дату изготовления и (или) срок службы, и (или) срок годности, и (или) срок хранения;
 - наименование (фирменное наименование), место нахождения (юридический адрес) изготовителя, место нахождения организации, уполномоченной изготовителем (продавцом) на принятие претензий от потребителя;
 - сведения о сертификации товаров, подлежащих сертификации;
 - величину массы (нетто), объем, количество или комплектность товара;
 - специальный знак, где это предусмотрено нормативными документами (например, специальный знак наносится на алкогольные изделия для подтверждения легальности их производства на территории Республики Беларусь);
 - необходимые сведения о правилах и условиях эффективного и безопасного использования товара (ст. 5).

Все перечисленные требования, предъявляемые к содержанию информации о товарах, предъявляются и к содержанию информации о работах и услугах, которая в свою очередь должна содержать еще и следующие дополнительные сведения:

- виды и особенности предлагаемых работ и услуг;
- указание на конкретное лицо, которое будет выполнять работу, оказывать услугу, и информацию о нем;
- указание на использование фонограмм при оказании развлекательных услуг исполнителями музыкальных произведений.

Требования к содержанию информации о пищевых продуктах расширены законом. Так, в информации для потребителя должны быть указаны:

- состав продукта (информация о составляющих его ингредиентах);
- пищевая ценность (информационные расчеты или показатели содержания питательных веществ: углеводов, белков, жиров и других компонентов в 100 г или 100 см (мл) съедобной части продукта; энергетическая ценность продукта указывается в кДж (ккал) в расчете на 100 г продукта);
- калорийность, наличие витаминов;
- отличительные качества продукта: "концентрированный", "восстановленный", "сублимированный", "пастеризованный", "стерилизованный" и т. д.;
- наличие пищевых добавок, биологически активных добавок к пище, ароматизаторов и пищевых продуктов нетрадиционного состава с включением не свойственных им компонентов белковой природы;
- рекомендации по приготовлению и использованию продукта (обязательны для тех пищевых продуктов, правильное использование которых без этой информации затруднено, а неправильное их приготовление и (или) использование может нанести вред здоровью потребителя, его имуществу, привести к порче или неэффективному использованию продукта [5, с. 5];
- условия хранения (указывают для продуктов, требующих специальных условий хранения: пониженной температуры, определенной влажности окружающего воздуха, светового режима и др.) [5, с. 5];
- указание на то, что продукт питания является генетически модифицированным или в нем использованы генетически модифицированные составляющие (компоненты);
- о специальных способах обработки, если они имели место (например, рядом с наименованием продукта в списке ингредиентов должна быть надпись: "обработан методом ионизирующего излучения" или "обработан методом ионизации");
- о показаниях к применению отдельным возрастным группам;
- о противопоказаниях и показаниях к применению при отдельных видах заболеваний.

Наименование пищевого продукта должно конкретно и достоверно характеризовать продукт, позволяя отличать данный продукт от других. Иными словами, наименование продукта должно быть понятно потребителю. В связи с этим, не допускается давать пищевым продуктам наименования, вводящие потребителя в заблуждение относительно природы пищевого продукта: промышленно вырабатываемым аналогам натуральных продуктов запрещается давать наименования, близкие к наименованиям натуральных продуктов, например, белковой икре - "икра зернистая черная", палочкам, вырабатываемым из рыбы или другого сырья, - "крабовые палочки"; в наименованиях аналогов пищевых продуктов указывать, что они являются продуктами типа другого известного продукта (например, вино типа Ркацители, Киндзмараули или Хванчкара, минеральная вода типа Боржоми, Нарзана и т.п.) [5, с. 4].

Использование в информации о продукте терминов, имеющих рекламный характер - "экологически чистый", "выращенный без применения минеральных удобрений", "витаминизированный", "без консервантов" и т. п., допускается только при наличии у изготовителя (импортера) подтверждения указанной информации органами Минздрава Республики Беларусь [5, с. 3].

В госстандарте Республики Беларусь СТБ 1100-98, который гармонизирован с Директивами Европейского союза (ЕС), существуют дополнительные обязательные требования к содержанию информации по группам пищевых продуктов. Например, информация о фасованном мясе дополнительно должна содержать: вид мяса, термическое состояние (охлажденное, замороженное), категорию упитанности, сорт [5, с. 9]. Дополнительной информацией для продуктов диетического питания является обязательное указание на суточную норму потребляемого продукта (г/кг массы тела) и т.д.

Закон "О защите прав потребителей" к обязательным требованиям к содержанию информации для потребителя также относит:

- указание на то, что товар является конфискованным (при продаже такового);
- указание на то, что товар был в употреблении или в нем устранялся недостаток;
- продукты питания и другие товары, фасованные и упакованные в потребительскую тару не в месте их изготовления, должны содержать информацию о фасовщике и упаковщике.

В отношении содержания информации об изготовителе (исполнителе, продавце) закон обязывает довести до сведения потребителя: свое наименование (фирменное наименование), место нахождения (юридический адрес), режим работы.

Если изготовитель (исполнитель, продавец) является индивидуальным предпринимателем, то он должен предоставить потребителю информацию о своей фамилии, имени, отчестве, о государственной регистрации и наименовании органа, осуществившего его государственную регистрацию в качестве гражданина, осуществляющего предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

Если вид (виды) деятельности, осуществляемой изготовителем (исполнителем, продавцом), подлежит лицензированию, то потребителю в обязательном порядке должна быть предоставлена информация о номере лицензии, сроке ее действия, органе, выдавшем лицензию. А по требованию потребителя ему должна быть предоставлена возможность ознакомиться с подлинником или копией лицензии, оформленной в установленном порядке (ст. 6).

Как видим, достаточно большой объем информации должен быть в обязательном порядке доведен до сведения потребителя, и при этом должны быть соблюдены все требования Закона в отношении информации, предоставляемой потребителю.

Пожалуй, самым сложным и спорным вопросом является выделение (обособление) из всего объема информации, предназначенной для потребителя, той части информации, которая выполняет функцию объекта правоотношения с участием потребителей, а оставшаяся часть условно будет отнесена к простым сведениям о товаре (работе, услуге), об изготовителях (исполнителях, продавцах).

Для разрешения данного вопроса правомерно будет указать два признака информации, относящих ее к объектам правоотношений с участием потребителей:

- информация, которая влияет на свободный выбор товара (работы, услуги) потребителем;
- информация, которая необходима потребителю для правильного и безопасного использования товара (работы, услуги).

Такого рода информация обладает способностью быть объектом рыночного оборота, и мы ее назовем "надлежащей информацией". Из роли "приложения" к товару она постепенно становится самостоятельным объектом гражданского оборота в правоотношениях с участием потребителей. Иными словами, наметилась тенденция обособления и выделения информации в самостоятельный объект гражданских правоотношений с участием потребителей.

Таким образом, учитывая новое направление развития национального законодательства в области защиты прав потребителей в сторону "гармонизации" с Гражданским кодексом и Директивами ЕС, объекты гражданского правоотношения с участием потребителей можно расположить следующим образом:

- вещи (товары, продукция, имущество потребителя);
- действия (работы, услуги);
- нематериальные блага (жизнь, здоровье потребителя);
- надлежащая информация (в отличие от ГК, который называет охраняемую информацию объектом гражданского права).

В силу того, что новый Закон "О защите прав потребителей" не определяет круг объектов правоотношений с участием потребителей (если быть более точным, дает только понятие имущества потребителя), то в ст. 1 Закона "О защите прав потребителей" необходимо внести вышеперечисленные объекты (вещи, действия, нематериальные блага и надлежащая информация) для более эффективной реализации и защиты прав потребителей, а также правильного понимания и применения закона.

ЛИТЕРАТУРА

1. Юридическая энциклопедия / В.Г. Гавриленко, Н.И. Ядевич. - Мн.: Бип-С, 1999. - 532 с.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь. - Мн.: Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 1999. - 512 с.
3. О защите прав потребителей: Закон Республики Беларусь, 9 января 2002 г. // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь - 2002. - № 10. - 2/839.
4. Большой юридический словарь / Под ред. А.Я. Сухарева, В.Д. Зорькина, В.Е. Крутских. - М.: ИНФРА-М, 1997. - Т. 6. - 790 с.
5. Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования // Государственный стандарт Республики Беларусь СТБ 1100-98. - Мн.: Госстандарт, 1999. - 38 с.