

Література

1. Гудима М. М. Захист прав споживачів за договором про надання туристичних послуг: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / М. М. Гудима. – Івано-Франківськ, 2012. – 28 с.
2. Іваненко Л. М., Язвінська О. М. Захист прав споживачів: підручник / Л. М. Іваненко, О. М. Язвінська. – К.: Юрінком Інтер, 2014. – 496 с.
3. Конституція України: Закон від 28 червня 1996 року № 254к/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
4. Про захист прав споживачів: Закон України від 12 травня 1991 року № 1023-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
5. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України від 18 листопада 2003 року № 1282-ІV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>
6. Соловьєв С. Л. Договір возмездного оказання услуг в сфере туристического обслуживания: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / С. Л. Соловьєв. – М., 2006. – 160 с.
7. Туризмоліогія концептуальні засади теорії туризму: монографія / [В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек та ін.]. – К.: ВЦ «Академія», 2013. – 368 с.

УДК 347.7

Кметик Х. В., к.ю.н.,
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ДОТРИМАННЯ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ПРИ РЕКЛАМУВАННІ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Сьогодні вкрай важко реалізувати будь-яку продукцію чи надати будь-які послуги без їх рекламної промоції. Саме вміле застосування цього маркетингового інструменту у сфері збуту товарів та/чи надання послуг є неодмінною запорукою вдалої підприємницької діяльності. Переважна більшість покупців (споживачів) дізнаються про товари та/чи послуги саме з рекламних оголошень, радіо- та/або телевізійних роликів тощо. Так, у ст. 1 Закону України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 р. міститься таке визначення поняття «споживач»: «це фізична особа, яка придбаває, 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» [1]. Іншими словами, споживачами реклами є невизначене коло осіб, на яких спрямовується реклама. У свою чергу, ст. 1 Закону України «Про рекламу»

від 03.07.1996 р. визначає рекламу як інформацію про особу чи товар, розповсюджену в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначену сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару. Недобросовісною. рекламою є реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження [2].

Споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору. Така інформація не вважається рекламою і вимоги до неї визначаються не Законом України «Про захист прав споживачів», а Законом України «Про рекламу». Також не вважається рекламою розміщення інформації про виробника товару та/або товар у місцях, де цей товар реалізується чи надається споживачеві. Закон України «Про рекламу» визначає засади рекламної діяльності в Україні та регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами.

Основними принципами реклами є: законність; точність; достовірність; використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди.

Реклама повинна: відповідати принципам добросовісної конкуренції; враховувати особливу чутливість дітей і не завдавати їм шкоди.

Реклама не повинна: підривати довіру суспільства до реклами; містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності.

У рекламі забороняється: поширювати інформацію щодо товарів, виробництво, обіг чи ввезення на митну територію України яких заборонено законом; вміщувати твердження, які є дискримінаційними за ознаками походження людини, її соціального і майнового стану, расової та національної належності, статі, освіти, політичних поглядів, ставлення до релігії, за мовними ознаками, родом і характером занять, місцем проживання, а також такі, що дискредитують товари інших осіб; подавати відомості або закликати до дій, які можуть спричинити порушення законодавства, завдають чи можуть завдати шкоди здоров'ю або життю людей та/чи довкіллю, а також спонукають до нехтування засобами безпеки; використовувати засоби і технології, які діють на підсвідомість споживачів реклами; наводити твердження, дискримінаційні щодо осіб, які не користуються рекламованим товаром; рекламувати товари, які підлягають обов'язковій сертифікації або виробництво чи реалізація яких

вимагає наявності спеціального дозволу, ліцензії, у разі відсутності відповідного сертифіката, ліцензії; розповсюджувати рекламу (включаючи анонси кіно- і телефільмів), яка містить елементи жорстокості, насильства, порнографії, цинізму, приниження людської честі та гідності тощо [3].

Захист прав споживачів здійснюють центральний орган виконавчої влади, що формує та забезпечує реалізацію державної політики у сфері захисту прав споживачів, центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, місцеві державні адміністрації, інші органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування згідно із законом, а також суди [1].

Контроль за дотриманням законодавства про захист прав споживачів – щодо захисту прав споживачів реклами здійснює Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів (Держспоживінспекція України). Вона є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра економічного розвитку і торгівлі України. Держспоживінспекція України входить до системи органів виконавчої влади і реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів. Так, серед основних завдань цього органу законодавець визначає реалізацію державної політики у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів і рекламу в цій сфері [4].

Література

1. Про захист прав споживачів: Закон України від 12 травня 1991 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
2. Про рекламу: Закон України від 3 липня 1996 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
3. Про телебачення і радіомовлення: Закон України від 21 грудня 1993 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3759-12>
4. Про Державну інспекцію України з питань захисту прав споживачів: Указ Президента України від 13 квітня 2011 р. № 465/2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/465/2011>