

УДК 339.13. УДК 347.2/3

**Ю.Довгань**

## **ШТРИХ-КОД ТОВАРУ ЯК ЕЛЕМЕНТ АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ**

Однією з найактуальніших проблем сучасного українського суспільства є забезпечення прав і свобод людини та громадянина. Окремим напрямком практики захисту є адміністративно-правове регулювання захисту прав і свобод громадянина України як споживача ринку продовольчих і непродовольчих товарів. Як немає у природі ідеально однакових живих організмів, так і немає в суспільстві людей з однаковим потребами. Але бізнес в цьому різноманітті споживачьких потреб знаходить типові явища споживання товарів та послуг, щоб ефективно функціонувати. І насамперед це зоровий контакт споживача з товаром. І для того, щоб щасливий покупець не засмучувався від недоречної покупки в силу, наприклад, низької якості товару чи непрестижної марки виробника, в 1977 році 12 європейських країн-учасниць спільного ринку створили Європейську асоціацію товарної нумерації (ЄАН). Асоціація розробила стандарти штрихових кодів для нумерації товарів обов'язкові в країнах, що є членами ЄАН. А на сьогодні штрих-кодове маркування товарної продукції застосовується у всьому світі. Постановою Кабінету Міністрів України від 29 травня 1996 року № 574 «Про впровадження штрихового кодування товарів» з 1 січня 1997 року запроваджено маркування суб'єктами підприємницької діяльності товарів, які виробляються або реалізуються в Україні. І якщо штрих-код, на перший погляд, зорієнтований на захист інтересів виробника відповідного товару, то в сьогоднішній покупець якогось товару при відповідній економічній грамотності має змогу захистити себе від фальсифікатів даного товару. Причому штрих-кодування товарів використовується не тільки як елемент захисту прав споживачів завдяки їх індивідуальній зацікавленості не бути обдуреними в процесі придбання товару. Маркування товару штрих-кодом дає змогу адміністративно-правовій системі країни захищати інтереси покупця як фізичної особи. І вже ця процедура захисту регулюється відповідними законами різночинного права. Слід також зазначити, що маркування штрих-кодом також сприяє і захисту економічної репутації фірми-виробника конкретного товару. Саме штрих-код виступає індикатором порушення чи дотримання встановлених стандартів виробництва конкретного товару і просування його від створення до споживача. Та й коли товар марковано кодом ЄАН, то його конкурентноздатність зростає. І це також захищає інтереси споживача.

На нашу думку, право споживача на отримання якісного товару завдяки маркуванню штрих-кодом обумовлене також правом фізичної особи на інформацію. Це право на отримання достовірної і необхідної інформації: про виробника, технічні властивості товару, безпека товарів. Даний аспект права споживачів на інформацію про товари (роботи, послуги) регулюються законами України «Про захист прав споживачів» (ст. 3,18), «Про інформацію», «Про рекламу», а також Указом Президента України «Про додаткові заходи щодо поліпшення інформаційної діяльності» від 5 жовтня 1998р. Тому штрих-кодове маркування товару є гарантом захисту прав як виробника, так і споживача. Але поза впливом штрих-кодового маркування товару залишається продавець.