

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПРАВО И ТЕОРИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ПРАВА

Шахла Зари

Бакинского Государственного Университета, г. Баку, Азербайджан

INFLUENCE OF GLOBALIZATION ON THE CONSUMER RIGHT AND THE INTERNATIONAL LAW THEORY

Shahla Zary

The Baku State University, Baku, Azerbaijan

Summary. For a long time it is known that consumption is the global phenomenon and makes last stage of economic manufacture, i.e. manufacture is directly connected with consumption. For today the problem of maintenance of the rights of consumers is actual, more than ever, as the world is global, interdependence and unity, and, proceeding from it here have repeatedly increased, it is necessary to improve both international, and interstate legal and legislative base.

Key words: globalization, the consumer right, certificates of international law.

Известно, что процесс глобализации охватил весь земной шар, начиная примерно с середины 60-х годов XX века, хотя всемирная история начала писаться уже в период первоначального накопления капитала, когда были завершены все географические открытия и развилась международная торговля. В процессе глобализации широкое развитие получили информационные технологии, компьютерные средства и средства связи, уменьшились расходы на обмен товаров и связь, увеличился объем торговых отношений, распался двухполюсный мир и развился многополюсный, усилились позиции прежде всего торговых организаций, а также международных синдикатов и корпораций. Охватившая все сферы общественной жизни, глобализация воздействует прежде всего на экономическую, политическую и культурную сферу. Впереди других идет экономическая интеграция, которая попирает собой национальные экономики, при этом расширяется сфера свободной рыночной экономики, торговли, глобального соперничества в этой сфере, взаимозависимость здесь стран друг от друга.

Выделяют три волны глобализации:

1. 1870-1914 годы. В этот период развился транспорт, уменьшились тарифы, увеличилось число богатых, т.е. развитых стран;

2. 1950-1980 годы. Здесь усилился процесс обогащения развитых стран и появились новые богатые страны;

3. 1980 год – по настоящее время. В этот период, как уже отмечалось, идет усиленное развитие технологий, транспорта, информации и связи.

Рассмотрим, как в условиях глобализации развивается потребительское право и как оно отражается в ряде международных правовых актов. Отметим, что здесь, при развитии свободной экономики, расширения обмена услугами, товарами, человеческим капиталом и возможностями получены определенные возможности и сфере развития потребительского права. Исследования показывают, что все еще мало рассматриваются проблемы именно в постановке, вынесенной в заголовок данной статьи. Выводы, которые будут сделаны, в определенной степени могут помочь в более четком определении граней социальной политики стран и регионов в отношении совершенствования потребительского права. Анализ показывает, что в данной области правового регулирования общественных отношений имеются определенные пробелы, которые мы надеемся восполнить.

В 80-х и в особенности в 90-х годах по знаку глобализации начался сложный процесс расширения международных рынков. Свободная торговля, наряду с тем, что принесла населению определенные дивиденды, одновременно явилась и источником многочисленных проблем. Международные компании и фирмы, развиваясь за счет иностранных капиталовложений международного капитала в целом, особенно активны в отношении стран с дешевой рабочей силой и большими природными ресурсами. Они, пользуясь развитыми связями, рекламой, торговой психологией, местными образцами потребления и ментальности, пользуясь всеми возможными методами воздействия, стремятся к увеличению потребления своих товаров со стороны потребителей.

В случае, когда потребляемые товары не раскупаются, тогда уменьшаются доходы этих компаний, в этом случае применяются новые приемы и методы по стимулированию потребительского спроса. Все это порой приводит к угрозе распада национальной системы культуры потребления, местных норм и правил в данной сфере общественной жизни. Именно поэтому западные компании, в особенности в США, наряду с получением прибыли от уже потребляемых товаров, стремятся всячески пропагандировать американский способ потребления и американский образ жизни по всему миру. Все это противопоставлено разнообразию жизненных проявлений, сохранению самобытности жизненных ориентаций личности и потребительских прав в целом. Именно поэтому одной из первостепенных задач в период глобализации является сохранение и защита потребительских прав на уровне, защищающем права и достоинство личности, безопасность его жизни и здоровья. Созданные сегодня многочисленные государственные и неправительственные организации по защите прав потребителей заняты стремиться максимально обеспечить потребителям безопасные товары и продукты, подводя под это необходимую правовую и политическую базу [1. С. 35].

Отметим, что усиление международных корпораций и компаний способствует более быстрому обороту средств и товаров, и здесь немалую роль играет искусственное стимулирование потребления, о котором мы писали выше [2. С. 54]. Идет развитие свободных рыночных отношений на национальном уровне, потоки капитала начинают двигаться с учетом глобализации и информационных технологий. Все это находит отражение во вступлении в рыночную «игру» все новых игроков, которые начинают умело пользоваться такими средствами глобализации, как международная торговля, движение капитала в виде инвестиций и других форм, развитие технологий и внедрение в международное разделение труда [3. С. 60].

Отметим также, что развитие промышленности привело к разделению производства и потребления, что, в свою очередь, привело к необходимости расширения правовой и политической базы для реализации потребления в полной мере. Немалую роль здесь сыграло и углубление разделения труда, развитие инфраструктуры и сферы обслуживания, в которой на первое место выдвинулось обслуживание прежде всего человеческих потребностей [4. С. 72].

Имеется множество исследований о развитии потребительских проблем в условиях глобализации, в том числе связанных с формированием здесь международной правовой базы. Известно, что глобализация на политическом уровне отстает от подобного процесса в экономической сфере и потому мир превратился в арену конфликтов и напряженного развития событий, т.е. для человека глобализация стала ареной многочисленных угроз и возможностей. Отметим, что согласно определению, потребительское право - комплексная отрасль права, состоящая из норм различных отраслей права (административного, гражданского, уголовного и др.), регулирующих отношения по удовлетворению

материальных, культурных и иных потребностей граждан. В начале 30-х гг. для защиты потребительских прав в Америке, Англии, а позднее и в других странах стали создаваться лиги покупателей (прообраз нынешнего общества потребителей). Основной целью этих организаций было формирование потребительской культуры, оказание воздействия как на изготовителей, так и на продавцов товаров. Официальным признанием необходимости создания системы государственного регулирования взаимоотношений с участием потребителей считается выступление президента США Дж. Кеннеди в Конгрессе США 15 марта 1961 г. Президент впервые сформулировал четыре основных права потребителей: право на безопасность, право на информацию, право быть услышанным и право на здоровую окружающую среду. С тех пор 15 марта отмечают Всемирный день защиты потребителей [5. С. 100].

Начиная с 70-х годов во многих странах появились законы об охране прав потребителей. Принятие многими странами, в том числе и Азербайджанской Республикой, актов о суверенитете способствовало развитию здесь собственного потребительского законодательства. Большинство стран СНГ предпочли возложить функции по защите прав потребителей на уже действующие структуры. В условиях, когда еще не сложилась культура рынка, то, что в других странах регулируется на уровне менталитета, при формировании рыночных отношений требует закрепления в законодательстве. Единственный барьер для проникновения на рынок некачественных и небезопасных товаров в этот период – жесткое потребительское законодательство. Но сегодня в ряде стран СНГ рынок уже насыщен товарами. Возникли фирмы, для которых одной из главных стратегических задач стало привлечение постоянных потребителей и, следовательно, создание прочной репутации. Потребители, пережившие первый шок вхождения в рынок, стали более осторожными в выборе товаров и в то же время более профессиональными в защите своих интересов. Появился целый слой людей, которые научились зарабатывать деньги, опираясь на положения Закона о защите прав потребителей [6. С.8–81].

Жесткая законодательная регламентация поведения предпринимателя на этом этапе превращается в тормоз для развития нормальных рыночных отношений. Поэтому начинается некоторое «смягчение» законодательства. Все больше норм из разряда императивных, т.е. не дающих сторонам права выбора, переходят в сферу договорных отношений. У предпринимателя появляются возможности привлекать потребителя не только и не столько ценами, сколько дополнительными услугами (по обслуживанию, доставке, гарантиям и т.п.) [8]. Имеются специальные службы, которые работают в сфере защиты потребительских прав. Так, государственная служба контроля над потребительским рынком при министерстве экономического развития Азербайджана в результате проведенного второго июня мониторинга в Баку и регионах страны, вновь выявила факты нарушения потребительских прав [9]. Отметим также, что создан Государственный комитет по стандартизации, метрологии и патентам Азербайджана, который в текущем году представил технический комитет по пищевым продуктам, это важно в преддверии вступления Азербайджана в ВТО и интеграции в Евро-союз, поскольку область стандартизации имеет здесь большое значение. Вновь созданный технический комитет формирует обеспечение качественными продуктами, решает вопросы безопасности и гармонизации и отвечает требованиям международной стандартизации. Он будет осуществлять подготовку и экспертизу проектов национальных, межгосударственных и международных стандартов, а также обновление и последующий анализ стандартов, входящих в состав документального фонда системы национальной стандартизации [11].

Отметим, что в международном праве потребительское право прежде всего связано с Хартией Организации Объединенных Наций. В статье 55, пунктах **а** и **б** провозгла-

шается, что права и свободы граждан должны признаны всем мировым сообществом и направлены на обеспечение самых высоких жизненных стандартов. Именно в этом важном документе впервые было открыто заявлено о потребительском праве и условиях его гарантии. Жизненный стандарт же, в свою очередь, определяется соответствующим вниманием к правильному потреблению, как на уровне индивида, так и семьи или социальной группы в целом.

Другим международным правовым документом, связанным с потребительским правом, является Конвенция по международным правам человека. Здесь в общей форме отмечены человеческие права и свободы. Вместе с тем нет конкретного указания на потребительское право. В статье 25.1 указано, что каждый имеет право достичь такого уровня жизни, чтобы при этом обеспечить себя и свою семью питанием, жилищем, общественным и медицинским обслуживанием. Причем если гражданин не в состоянии обеспечить себе достойный образ жизни, в этом, т.е. в создании такого образа жизни, ему надо помочь. Как видно, обеспечение базовых человеческих потребностей и есть указание на исполнение, или претворение в жизнь, потребительского права, поэтому можно сказать, что указанное право подразумевается и в Конвенции по международным правам человека [7. С. 90].

Отметим также, что 16 декабря 1966 года ООН приняла Международную экономическую, социальную и культурную Конвенцию, которая вступила в силу 3 января 1976 года. В статье 11.1 указанной Конвенции отмечено, что стороны признают необходимость создания соответствующих условий для каждого лица, его семьи, обеспечения здесь необходимой пищей, одеждой, жилищем. Жизненный стандарт подразумевает минимум обеспечения подобными условиями с тем, чтобы каждый человек вел достойное существование. Питание должно быть здоровым, качественным, содержать питательные вещества. Это определяется уже соответствующим законом о потребительских правах. Таким образом, в указанной Конвенции нет прямого указания на потребительское право, однако в ее содержании подразумевается, что ряд прав человека сводится в определенной степени и к потребительскому праву тоже [7. С.70].

Имеется Резолюция № 39, 248 ООН о потребительском праве, которая была принята по желанию общественного и экономического Совета ООН в конце 70-х годов, 6 апреля 1985 года. Она стала рамочной как для развитых, так и развивающихся стран, с тем, чтобы здесь обеспечивались права потребителей, чтобы каждое государство проводило в этой связи соответствующую социальную политику. Выяснилось, что, поскольку потребители не имели соответствующих прав на законодательном уровне, они в какой-то мере оказались бессильны бороться с экономическими производителями. После проведения соответствующей подготовительной работы в 1995 году ООН потребовала, чтобы в указанном документе нашли свое отражение и пункты о потребительском праве. Наконец, в 1999 году этот процесс нашел свое завершение, в резолюции были произведены соответствующие изменения, в частности, в дополнениях о необходимости сохранения безопасности и здоровья потребителя, об улучшении экономических запросов потребителя и их опеке, об использовании соответствующей информации, касающейся выбора соответствующих потребностям и запросам товаров и услуг, об осведомлении потребителей информацией касательно воздействий экономических, социальных и экологических, о преодолении национального вреда, об обеспечении политического и правового пространства для выражения потребителем своих прав и потребностей [там же, с.100]. Отметим, что данная резолюция имеет силу лишь для тех государств, которые присоеди-

нились к ней. Все аспекты потребительского права здесь основаны непосредственно на правах человека в целом [4. С. 100].

Давно известно, что потребление является глобальным явлением и составляет последний этап экономического производства, т.е. производство непосредственно связано с потреблением. На сегодняшний день проблема обеспечения прав потребителей актуальна, как никогда, поскольку мир глобален, здесь многократно возросли взаимозависимость и единство, и, исходя из этого, следует совершенствовать как международную, так и внутригосударственную правовую и законодательную базу.

Список использованной литературы:

1. Зенджани Эхеван Дарьюш. Глобализация и политика. – Тегеран, 2007 (на персидском языке)
2. Стиглиц Йозеф. Глобализация и ее проблемы. / перевод Гасана Голгизи. – Тегеран, 2004 (на персидском языке)
3. Илахи Хамаюн. Неразвитые и многонациональные картели. – Тегеран, 2004 (на персидском языке)
4. Багирзаде Ахад. Рынок, государство, потребительское право. – Кум, 2003 (на персидском языке)
5. Робертсон Роннедо. Мировая культура и глобализация общественных теорий. / перевод Кемалья Полади. – Тегеран, 2004 (на персидском языке)
6. Салеки Гусейн. Помощь потребителю. – Тегеран, 1987 (на персидском языке)
7. Гивам Абдульали. Глобализация и третий мир. – Тегеран, 2004 (на персидском языке)
8. Энциклопедический словарь экономики и права. – М., 2003
9. [Day.Az](#) (сайт)
10. [Trend Capital](#) (сайт)
11. [abc.az](#) (сайт)