

ний інститут, варто підкреслити, що цивільно-правовий зміст мають права на таку інформацію, яка складає реальну або потенційну "особистісну" (як інформація про особу) або "комерційну" цінність (як інформація про майнове положення особи), і є об'єктом цивільного обороту і, відповідно, об'єктом цивільних прав Фізичні і юридичні особи, які володіють інформацією професійного, ділового, виробничого, банківського, комерційного й іншого характеру, отриманою за власні кошти, або таку, що є предметом їх професійного, ділового, виробничого, банківського, комерційного й іншого інтересу, як правило, самостійно визначають режим доступу до неї, включаючи приналежність її до категорії конфіденційної, і встановлюють систему захисту.

Однак приведене загальне правило не стосується інформації, що відповідно до закону є секретною – державна, комерційна, службова, професійна і т.п.

Державна таємниця – це таємна інформація, що охоплює відомості в сфері оборони, економіки, науки і техніки, зовнішніх відносин, державної безпеки й охорони правопорядку, розголошення якої може завдати шкоди національній безпеці України.

Заборовський Віктор Вікторович
викладач, Ужгородський національний університет

ОСОБЛИВОСТІ КОНВЕРТАЦІЇ КОНВЕРТОВАНИХ ОБЛІГАЦІЙ

Одним із різновидів конвертації цінних паперів є конвертація облігацій, що займають чільне місце серед всіх емісійних цінних паперів. Вони відповідно до їх умов випуску можуть бути конвертовані як в облігації, так і в привілейовані чи прості акції. Основну увагу автор звертає на конвертацію облігацій на акції. Конвертовані облігації мають як переваги, так і недоліки. Для емітентів конвертовані облігації більш привабливі, тому що надають змогу провести фактичну емісію акцій, відсунувши її розміщення на певний строк, а для інвестора в тому, що він має можливість отримати прибуток від конвертації облігацій в акції, якщо ринкова ціна акцій суттєво підвищиться. При цьому маючи значні переваги над простими облігаціями, конвертовані мають і ряд недоліки.

Українське законодавство надає можливість товариствам здійснювати розміщення конвертованих облігацій. Така можливість передбачена ч.4 ст.8 Закону України "Про цінні папери та фондовий ринок" (умови розміщення облігацій, що розміщуються акціонерним товариством, можуть передбачити можливість їх конвертації в акції акціонерного товариства). Але забороняє, навпаки, здійснювати конвертацію акцій на облі-

гацій. При цьому, якщо для простих акцій така заборона прямо передбачена в п.2 ч.6 ст.6 вищезазначеного Закону (прості акції не підлягають конвертації у привілейовані акції або інші цінні папери акціонерного товариства), то висновок про неможливість обміну привілейованих акцій у облігації можна зробити хіба що, з аналізу ч.8 ст.6 цього ж Закону (залежно від умов розміщення привілейовані акції певних класів можуть бути конвертовані у прості акції або у привілейовані акції інших класів), де жодним чином не вказує про таку можливість. Натомість російський законодавець більш чітко вказує на таку заборону в п.7.2.6 Стандартів емісії цінних паперів і реєстрацію проспектів цінних паперів, затверджених Наказом Федеральної служби по фінансовим ринкам від 25 січня 2007 року № 07-4 (конвертація простих акцій в привілейовані, а також конвертація акцій в облігації не допускається).

Щодо конвертації облігацій на акцій, то українському законодавстві існує певна колізія. Суть якої полягає в тому, що з одного боку виходячи з аналізу преамбули нині діючого Рішення ДКЦПФР від 22 лютого 2007 року № 387 "Про затвердження Положення про порядок збільшення (зменшення) розміру статутного капіталу акціонерного товариства", можна прийти до висновку, що одним із способів збільшення розміру статутного капіталу є обмін облігацій в акції. До того ж таке положення містилося і в ч.2 ст.38 Закону України "Про господарські товариства". Виходячи з цього, збільшення розміру статутного капіталу за допомогою обміну облігацій на акції, можливе лише у тому випадку, якщо обмін облігацій здійснюється в додатково розміщенні акції.

Але з прийняттям ЦК України (який не містить такого способу збільшення розміру статутного капіталу), Законом України "Про внесення змін та визнання такими, що втратили чинність, деяких законодавчих актів України у зв'язку з прийняттям ЦК України" від 27 квітня 2007 року № 997, такий спосіб збільшення розміру статутного капіталу був вилучений із зазначеної ч.2 ст.38 Закону України "Про господарські товариства". Не містить такий спосіб збільшення і новий Закон України "Про акціонерні товариства" (ст.15). Отже, можна прийти до висновку, що законодавець відмовився від використання такого способу збільшення розміру статутного капіталу акціонерного товариства як конвертація облігацій товариства на додатково розміщенні акції. На підтвердження такого висновку можна навести і норму п.12 Положення про порядок випуску облігацій підприємств, затвердженого Рішенням ДКЦПФР від 17 липня 2003 року № 322, в якій йдеться про те, що умови розміщення облігацій, що випускаються акціонерними товариствами, можуть передбачати можли-

вість їх конвертації в акції власного випуску, які акціонерне товариство викупило в акціонерів, і які перебувають на балансі підприємства. Оскільки конвертація акцій здійснюється в уже розміщені акції, то і справді в такому випадку не відбувається збільшення розміру статутного капіталу товариства.

Зовсім інший порядок конвертацій конвертованих облигацій закріплений законодавством Російської Федерації, тому що облигації підлягають обміну не на акції, що викуплені акціонерним товариством, а на додатково випущені акції. Необхідно звернути увагу на те, що російське законодавство використовує термін “оголошені акції”. Правова природа даних акцій була неодноразово предметом дослідження різних науковців, і більшість із них приходять до висновку про умовний характер оголошених акцій та розглядають їх в якості передбаченого статутом товариства резерву, в межах якого акціонерне товариство вправі випускати додаткові акції. Тобто, визначення розміру оголошених акцій в статуті товариства є рамками в межах яких, акціонерне товариство має приймати рішення про розміщення додаткових акцій.

Володимир Заволока

викладач кафедри цивільно-правових дисциплін МНЦ ОНЮА

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТА ЗАХИСТУ СПОЖИВАЧАМИ ПРАВА НА ІНФОРМАЦІЮ ПРО ТОВАР ЗА ДІЮЧИМ ЗАКОНОДАВСТВОМ УКРАЇНИ

Для уникнення будь-яких непорозумінь між споживачем та господарюючим суб'єктом, який займається реалізацією товарів або наданням послуг, важливо щоб перед вибором товару (послуги) споживач отримав, по можливості, максимум інформації про цей товар, а при необхідності й безпосередньо про суб'єкта господарювання.

Це положення є основою консумеризму (захисту прав споживачів) і передбачено ст. 20 Резолюції 39/248 Генеральної Асамблеї ООН “Керівні принципи для захисту інтересів споживачів”, що вимагає при здійсненні торгівлі ... надання інформації, необхідної споживачу для прийняття компетентних і незалежних рішень, а також заходів по забезпеченню правдивості інформації, що надається.

Ст. 50 Конституції України проголосила право на інформацію одним із основних прав і свобод громадян. А Закон України “Про інформацію” гарантує усім громадянам України, юридичним особам і державним органам “право на інформацію, що передбачає можливість вільного одержання, використання, поширення та збері-

гання відомостей необхідних їм для реалізації ними своїх прав, свобод і законних інтересів, здійснення завдань, функцій”.

Споживач повинен мати якнайповнішу інформацію про склад товару (роботи, послуги), щоб не обмежувати його в праві вибирати речі, які він вважатиме найприйнятнішими для застосування. Зокрема, у відповідності з п. 1 ст. 700 Цивільного кодексу України (далі – ЦК України) продавець зобов'язаний надати покупцеві необхідну і достовірну інформацію про товар, що пропонується до продажу. А ст.ст. 4 та 15 Закону України “Про захист прав споживачів” (далі – Закон) передбачає що споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору. Інформація повинна бути надана споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги). Причому інформація про продукцію повинна містити конкретний перелік відомостей про товари (роботи, послуги) передбачених в ст. 15 Закону.

Аналізуючи зміст даних норм можна виділити певні характерні ознаки (особливості), тобто вимоги яким повинна відповідати споживча інформація:

- 1) ознака необхідності – визначає що продавцю необхідно виходити з припущення про відсутність у споживача спеціальних пізнань про властивості і характеристиках товару, роботи, послуги (п. 9. ст. 15 Закону). Таким чином, інформація, яка передається споживачу, повинна містити повний об'єм відомостей і знань про властивості і характеристиках товару, роботи, послуги для досягнення мети правильного уявлення і вибору споживачем певних товарів, робіт, послуг;
- 2) ознака достовірності – відповідність відомостей, що містяться в ній, про товар (роботі, послугі) дійсним, реальним;
- 3) ознака доступності і наочності. Доступність передбачає виклад інформації на доступному споживачу мові та те що стиль викладу і сенс інформації повинні бути прості, щоб споживач міг зрозуміти її суть без додаткових знань у відповідній області. Що стосується наочності, то слід визначити її в можливості візуального сприйняття через текст, схеми, таблиці, ілюстрації і т.д., які, у свою чергу, повинні також бути доступні для розуміння за допомогою сприйняття;
- 4) ознака своєчасності надання інформації передбачає, що інформація повинна доводитися до споживача у момент укладення договору;
- 5) ознака відповідного змісту передбачає виділення трьох категорій у змісті споживчої інформації, а саме інформацію: про виробника (виконавці, продавці); про режим роботи продавця (виробника); про реалізовані їм товари, роботи і послуги.