

3.2 Захист прав споживачів в Європейському Союзі

Політика Європейського Союзу (ЄС) у сфері захисту прав споживачів почала свій розвиток в рамках спільного ринку майже одночасно зі створенням Європейського економічного співтовариства.

Вивчення форм і видів захисту прав споживачів в ЄС, механізмів захисту та правових джерел у сфері захисту прав споживачів на даному етапі видається важливим. Сьогодні питання захисту прав споживачів на укладення електронних договорів з використанням пропозицій інтернет-магазинів набуває особливого значення. В рамках ЄС відбулося оновлення законодавства у сфері захисту прав споживачів. Зокрема, йдеться про різні види договорів, особливо електронні договори, щодо механізмів захисту прав споживачів при виконанні та розірванні таких договорів.

Розширення споживчих можливостей та ефективний захист прав та економічних інтересів є головними цілями правової політики ЄС. На внутрішньому ринку ЄС товари можна вільно продавати через кордони. Це забезпечує споживачам більший вибір продуктів, але це також впливає на формування законодавчого забезпечення ЄС на додаток до національних норм. Законодавство ЄС у сфері захисту прав споживачів впроваджує чесну конкуренцію, при цьому усі виробники знаходяться в рівних умовах, оскільки вони повинні дотримуватися однакових зобов'язань щодо безпеки продукції, де б вони не були. Це означає, що жодна компанія чи країна не може отримати несправедливу перевагу, виробляючи дешевшу або менш безпечну продукцію.

Таким чином, враховуючи особливу актуальність споживчої політики у країнах ЄС, метою дослідження передбачено розкрити основні засади та ключові аспекти політики захисту прав споживачів у ЄС.

3.2.1 Розвиток законодавства ЄС у сфері захисту прав споживачів

Розвиток законодавства ЄС щодо захисту прав споживачів характеризувався поступовим розробленням заходів державами-членами, які

спрямовувались на захист конкретних інтересів споживачів, які відігравали важливу роль у суспільстві. Так, першооснови законодавчої бази щодо захисту прав споживачів у ЄС були закладені ще у 1970-х роках.

На Паризькому саміті, який проходив у 1972 році, глави держав і урядів вперше зауважили, що потрібно розвивати законодавство у сфері захисту прав споживачів. З огляду на ці обставини Комісії ЄС було доручено розробити основні положення щодо захисту прав споживачів у ЄС.

Невдовзі після саміту 1975 року Європейська комісія представила свої перші заплановані дії у сфері захисту споживачів. В період із середини 70-х до початку 90-х років були прийняті перші документи, які реально вплинули на права споживачів, зокрема програми та плани дій у сфері захисту прав споживачів, запропоновані Комісією ЄС (і згодом було прийнято декілька таких документів, якими передбачалось право на безпеку життя та безпечні засоби існування; право на захист економічних інтересів; право на відшкодування шкоди; право на інформацію та навчання; право на представництво [115].

Певний прогрес у розвитку сфери захисту прав споживачів принесло прийняття Єдиного європейського акта у 1986 році [116]. В цьому акті вперше вжито термін «споживач» у прямому значенні цього слова, але визначення самого терміну в статтю не було включено. Положеннями акту передбачалась гармонізація законодавства держав-членів у сфері захисту прав споживачів з метою нормального розвитку та функціонування спільного ринку. Цей документ став основою для юридичного визнання політики ЄС у сфері захисту прав споживачів.

На рівні ЄС напрямок захисту прав споживачів інтенсивно розвивався з початку дев'яностих років минулого століття, коли у 1992 році до Договору про заснування Європейської Спільноти [117] було додано статтю 153 «Захист прав споживачів». До того часу аспект захисту прав споживачів обговорювався, але не приділялося достатньої уваги.

Доцільно відзначити, що захист прав споживачів у ЄС базується на наступних принципах [118]:

- купуй, що хочеш, де хочеш;
- якщо не працює, то можеш надіслати назад;
- високі стандарти безпеки харчових та інших продуктів;
- ефективний засіб захисту від транскордонних конфліктів;
- контракти мають бути чесними для клієнтів;
- клієнти можуть передумати;
- охорона на час відпустки;
- кожен має право знати, що їсть;
- заборонено вводити споживачів в оману;
- можливість порівнювати ціни.

Захист прав споживачів ЄС щодо товарів і послуг має вирішальне значення для функціонування спільного ринку на благо громадян. Він полягає у тому, щоб 380 мільйонів споживачів у Європі отримували максимальну користь від діяльності підприємства в умовах загального ринку. Спільний ринок має сприяти формуванню максимального добробуту громадян ЄС і повинен дозволяти громадянам вільно обирати товари та послуги найвищої якості та прийнятної вартості, незалежно від походження чи національності виробника. Крім того, в рамках спільного ринку споживачі повинні отримати такий же рівень захисту, як і на внутрішньому ринку.

Метою програми інформації для споживачів є надання споживачам можливості порівнювати ціни на той самий продукт як у своїй країні, так і, за бажанням, в інших державах-членах. Ціноутворення є важливим засобом захисту споживачів. Програма інформації для споживачів встановлює процедури відображення цін за одиницею виміру для товарів, що продаються в магазинах, щоб дати споживачам можливість порівняти та зробити найкращий для них вибір. Ціни продажу та ціни за одиницю повинні бути чіткими та відображеними у вільному доступі відповідно до положень національного законодавства кожної країни-члена ЄС та законодавства ЄС.

Наступним етапом розвитку законодавства ЄС щодо захисту прав споживачів стало прийняття низки директив (основні правові аспекти яких розглянемо у наступному пункті), основною із яких є Директива про захист прав споживачів (англ. *Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council*) [119]. Так, директиви ЄС є досить фрагментарними структурами, які регулюють одні сфери детально, а інші залишають неврегульованими. Слід підкреслити, що ЄС продовжує працювати над удосконаленням положень посилення відповідальності за захист прав споживачів. Директиви ЄС містять мінімальні стандартні функції в окремих сферах, особливо тих, що впливають на внутрішній ринок. Держави-члени ЄС мають право виходити за рамки стандартів, викладених у Директиві про захист прав споживачів [120], за умови, що такі стандарти не обмежують вільний рух товарів і послуг на внутрішньому ринку.

Необхідно зауважити, що країни-члени ЄС створили системи захисту споживачів, які суттєво відрізняються одна від одної. У деяких випадках ці відмінності заважали функціонуванню внутрішнього ринку. Наприклад, існують значні відмінності в законодавстві, що регулює комерційну діяльність компаній, орієнтованих на кінцевих споживачів на внутрішньому ринку. Це викликано нормативними актами країни, відмінностями в загальних принципах або відмінностями в юридичній практиці.

Захист прав споживачів в Європейському Союзі займає високе місце в забезпеченні пріоритету прав і свобод людини в країнах, що входять до цього співтовариства. Протягом десятиліть існування ЄС, як і до 1 листопада 1993 року, споживча політика ЄС мала свої особливості та досвід, набутий у рамках реалізації цієї політики.

Протягом деякого часу захист справ споживачів ЄС був спрямований на створення внутрішнього ринку товарів і послуг. Це підтверджується принципами

та положеннями, викладеними в Договорі про Європейське Співтовариство [117]. Відповідно до цього законодавчого документу встановлено, що метою Європейського Співтовариства є сприяння захисту прав споживачів. Передбачалося, що будь-яка дискримінація між виробниками та споживачами неможлива, а товари та послуги мають пропонуватися за прийнятними цінами.

З метою підтримки інтересів споживачів і забезпечення високого рівня захисту їхніх прав ЄС сприяє захисту здоров'я споживачів, безпеки та економічних інтересів, а також сприяє інформуванню споживачів, гарантує право на створення захисту своїх інтересів.

Відповідно до статті 153 Договору про заснування Європейської Спільноти [117]:

1) підтримка інтересів споживачів і забезпечення високого рівня захисту прав споживачів визначається сприянням ЄС охороні здоров'я;

2) ЄС зобов'язується забезпечувати безпеку та економічні інтереси споживачів, а також право на інформацію, освіту та створення організацій для захисту інтересів;

3) ЄС повинна розробляти та впроваджувати інші політики і заходи щодо забезпечення захисту прав споживачів;

4) ЄС має сприяти захисту прав споживачів через відповідні дії, формування внутрішнього ринку, заходи для підтримки, доповнення та моніторингу політики держав-членів;

5) ЄС повинна ухвалювати ряд заходів щодо захисту прав споживачів ЄС після консультацій з Економіко-соціальним комітетом;

6) ухвалюючи заходи, ЄС не повинна перешкоджати державам-членам зберігати або впроваджувати суворіші гарантії; будь-яка така дія має здійснюватися відповідно до цього договору; про них слід повідомити Європейську Комісію.

Разом з тим, ключові аспекти забезпечення захисту прав споживачів регламентуються Договором про функціонування Європейського Союзу (англ. *Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU)*) [120]. Цьому питанню

присвячено Розділ XV «Захист прав споживачів», зокрема стаття 169. Так встановлено, що:

1) з метою просування інтересів споживачів та забезпечення високого рівня захисту споживачів ЄС сприяє захисту здоров'я, безпеки та економічних інтересів споживачів, а також забезпечує інформування споживачів та сприяння праву на самоорганізацію для захисту своїх інтересів;

2) ЄС сприятиме досягненню цілей, зокрема заходів, прийнятих щодо закриття внутрішнього ринку та заходів для підтримки, доповнення та моніторингу політики, що проводиться державами-членами;

3) Європейський Парламент і Рада Європи, діючи відповідно до своєї звичайної законодавчої процедури та після консультації з Економіко-соціальним комітетом повинні ухвалюють заходи захисту прав споживачів;

4) прийняті заходи не повинні перешкоджати державам-членам зберігати або запроваджувати суворіші захисні заходи.

Поряд з тим, маркування продукції також є одним із ключових способів підвищити споживчу прозорість і забезпечити збалансовану роботу на внутрішньому ринку. З цією метою в листопаді 1993 року Комісія з захисту прав споживачів затвердила документ про використання мови в процесі оповіщення споживачів і продажу харчових продуктів. Незважаючи на те, що цей документ спрямований на врегулювання окремих питань, його прийняття стимулювало процес забезпечення багатомовності інформаційної діяльності споживачів, а також сприяло ефективному маркуванню продукції на внутрішньому ринку у напрямку поліпшення співпраці між виробниками, дистриб'юторами та споживачами. Відповідні положення, головним чином щодо мовних вимог, товарних знаків, визначення кількості інгредієнтів тощо, містяться в Директиві про маркування харчових продуктів, маркування та рекламу.

Маркування продукції є також одним із важливих методів досягнення більшої споживчої прозорості й забезпечення врівноваженої роботи на внутрішньому ринку. Для цього в листопаді 1993 року Комісія з захисту прав споживачів затвердила документи щодо використання мов у процесі

інформування споживачів, а також у процесі збуту харчової продукції. Попри те, що зазначені документи мають на меті врегулювання специфічних питань, їх прийняття стимулювало процес надання багатомовного характеру діяльності з інформування споживачів, а також вдосконалило співпрацю виробників, розповсюджувачів та споживачів щодо маркування продукції на внутрішньому ринку. Відповідні положення, насамперед щодо мовних вимог, торговельної марки, визначення кількості інгредієнтів тощо, містяться в Директиві про маркування, презентацію та рекламування харчової продукції (англ. *Directive 2000/13/EC of the European Parliament and of the Council of 20 March 2000 on the approximation of the laws of the Member States relating to the labelling, presentation and advertising of foodstuffs*) [121].

В умовах сьогодення програма ЄС щодо законодавчого захисту прав споживачів базується на Новому порядку денному щодо споживачів [122], ухваленному 13 листопада 2020 року. Так, цей порядок представляє забезпечення захисту прав споживачів ЄС на період з 2020 по 2025 роки під заголовком «Зміцнення стійкості споживачів для сталого розвитку». Він також спрямований на вирішення безпосередніх проблем споживачів щодо пандемії COVID-19.

З огляду на те, цей порядок охоплює п'ять ключових пріоритетних напрямків:

1) зелений перехід: передбачається вирішувати нові проблеми з правами споживачів і розширювати можливості, які відкриває зелений перехід, роблячи екологічні продукти та спосіб життя доступними для всіх, незалежно від географії чи доходу;

2) цифрова трансформація: створення безпечнішого цифрового простору для споживачів, рівних умов для захисту прав споживачів і надання можливості інноваціям, щоб обслуговувати всіх споживачів ЄС новими та кращими послугами;

3) ефективне правозастосування та відшкодування: передбачає визначення впливу COVID-19 на права споживачів і боротьбу з оманливими екологічними претензіями та недобросовісною комерційною практикою в онлайн-технологіях;

захист споживачів – це головна відповідальність національних органів влади, але ЄС відіграє важливу координуючу та допоміжну роль, підкріплену правилами співпраці у сфері захисту прав споживачів;

4) задоволення потреб споживачів: потрібно враховувати потреби споживачів, які можуть бути вразливими за певних обставин і потребують додаткових заходів безпеки; це може бути зумовлено соціальною ситуацією або особливими характеристиками індивіда чи групи споживачів;

5) захист споживачів у глобальному контексті: забезпечення безпеки імпортованих товарів і захист споживачів ЄС від недобросовісних дій операторів з-за меж ЄС через ринковий нагляд і тісну співпрацю з відповідними органами в країнах-партнерах ЄС.

3.2.2 Директиви ЄС як основні правові документи у сфері захисту прав споживачів ЄС

Директиви ЄС є досить фрагментарними структурами, які регулюють одні сфери детально, а інші залишають неврегульованими. Директиви ЄС містять мінімальні стандартні функції в окремих сферах, особливо тих, що стосуються внутрішнього ринку. Держави-члени ЄС мають право виходити за рамки стандартів, викладених у Директиві про захист прав споживачів [117], за умови, якщо такі стандарти не обмежують вільний рух товарів і послуг на внутрішньому ринку. У результаті вищесказаного країни-члени ЄС створили системи захисту споживачів, які суттєво відрізняються одна від одної. У деяких випадках ці відмінності заважали функціонуванню внутрішнього ринку. Наприклад, існують значні відмінності в законах, які регулюють комерційну діяльність компаній, орієнтованих на кінцевих споживачів на внутрішньому ринку, спричинені нормативними актами окремих країн, відмінностями в загальних принципах або різною юридичною практикою.

Так, Директива про захист прав споживачів [119] надає споживачам однакові права в ЄС. Положення цього документу координуються та гармонізуються національні правила захисту прав споживачів. Наприклад, інформація, яку споживачеві повинні надати перед покупкою товарів, послуг або

цифрового контенту, а також право скасувати онлайн-покупки, де б вони не робили покупки в ЄС. Ця директива застосовується до всіх договорів, укладених між «споживачем» і «торговцем». Держави-члени не можуть відступати від директиви, встановлюючи більш-менш суворі положення, якщо сама директива не передбачає конкретних можливостей для відхилення від її правил.

Директивою передбачено, що споживач має бути зобов'язаний повернути товар не пізніше ніж через 14-ь днів після повідомлення продавця про своє рішення відмовитися від договору. У ситуаціях, коли продавець або споживач не виконує зобов'язань, пов'язаних із здійсненням права на відмову, повинні застосовуватися штрафні санкції, передбачені національним законодавством відповідно до цієї директиви, а також положення договірної права [119].

Згідно зі статтею 29 Директиви [119], держави-члени повинні інформувати Європейську Комісію про використання ними регуляторних варіантів, передбачених певними статтями цієї директиви. З огляду на те, Європейська Комісія оприлюднює повідомлення держав-членів у тій формі, в якій вони надані. Разом з тим, ця директива має на меті гарантувати, що споживачі мають однаковий мінімальний рівень прав незалежно від того, де в ЄС знаходиться торговець.

До директиви було внесено зміни Директивою (ЄС) 2019/2161 (англ. *Directive (EU) 2019/2161 of the European Parliament and of the Council of 27 November 2019 amending Council Directive 93/13/EEC and Directives 98/6/EC, 2005/29/EC and 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council as regards the better enforcement and modernisation of Union consumer protection rules*) від 27 листопада 2019 року [124] щодо кращого виконання та модернізації правил захисту прав споживачів ЄС.

Відповідно до правил директиви [119] дистанційна торгівля – це купівля товарів або послуг в Інтернеті, по телефону, поштою або в домашнього продавця. Цей вид договору не передбачає укладення прямого договору і не дозволяє перевірити товар перед покупкою. Це забезпечує додатковий захист відповідно до CRD (*Consumer Rights Directive*).

Також згідно CRD передбачається:

- 1) право на отримання вичерпної інформації перед покупкою;
- 2) право на відшкодування протягом 14-и днів після скасування покупки;
- 3) право на доставку товару протягом 30-ти днів (якщо інші умови не були узгоджені з продавцем);
- 4) перш ніж продавець зможе застосувати додаткові витрати, потрібно надати чітку згоду (наприклад, поставити прапорець для згоди);
- 5) деякі типи платежів, як-от кредитні картки, можуть не стягувати комісії.

Поряд з тим, варто зазначити, що Європейська Комісія прийняла чотири повідомлення, що містять вказівки щодо застосування наступних Директив ЄС для споживачів:

1. Директива про недобросовісну комерційну практику (англ. *Commission Notice – Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market*) [125].

Мета цієї директиви полягала в тому, щоб підвищити довіру споживачів і полегшити представникам бізнесу, особливо малим і середнім підприємствам, здійснення транскордонних операцій. Цим документом закладено регулювати недобросовісну комерційну практику, яка має місце до, під час і після транзакції між бізнесом і споживачем.

Правила ЄС щодо недобросовісної комерційної практики дозволяють національним правоохоронним органам припиняти ряд нечесних комерційних практик. Приклади недобросовісної ділової практики включають надання неправдивої інформації споживачам і агресивні маркетингові методи, які впливають на вибір споживачів.

2. Директива про зазначення ціни (стаття 6a) (англ. *Commission Notice Guidance on the interpretation and application of Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council on consumer rights*) [126].

Основною метою директиви є забезпечення відображення продажних цін і цін за одиницю для всіх продуктів, які пропонують споживачам дистриб'ютори.

Це полегшує споживачам порівняння цін. Ціна продажу має бути чіткою, легко ідентифікованою та розбірливою.

3. Директива про несправедливі умови контракту (англ. *Commission Notice – Guidance on the interpretation and application of Article 6a of Directive 98/6/EC of the European Parliament and of the Council on consumer protection in the indication of the prices of products offered to consumers*) [127].

Ця директива передбачає захист споживачів від несправедливих стандартних умов, нав'язаних торговцями. Це стосується всіх типів договорів про купівлю товарів і послуг, таких як онлайн- або офлайн-покупки споживчих товарів, членство в спортзалі, контракти на фінансові послуги, такі як позики тощо.

Стандартні умови сприяють комерційним операціям і служать для встановлення прав і обов'язків сторін за конкретним контрактом. Проте продавці та постачальники мають значну перевагу перед споживачами, визначаючи умови договору заздалегідь без індивідуальних переговорів.

Стандартні положення та умови мають бути складені простою та зрозумілою мовою, а неясності мають тлумачитися на користь споживача. Якщо умови є несправедливими, то вони є не обов'язковими для споживача, якщо всупереч вимогам добросовісності вони створюють суттєвий дисбаланс у правах і обов'язках сторін, що завдає шкоди споживачеві.

Держави-члени ЄС повинні забезпечити дотримання цих прав і наявність ефективних заходів у національному законодавстві для запобігання подальшому використанню несправедливих умов контракту.

Варто наголосити, що 12 грудня 2017 року Європейським Парламентом прийнято Регламент (ЄС) 2017/2394 (англ. *Regulation (EU) 2017/2394 of the European Parliament and of the Council of 12 December 2017 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws and repealing Regulation (EC) No 2006/2004*) [128] про співпрацю між національними органами, відповідальними за виконання законодавства про захист прав споживачів, з метою підвищення ефективності правил і процедур співпраці між

національними органами, відповідальними за виконання законодавства про захист прав споживачів.

Відповідно до положень цього регламенту споживачі також повинні бути захищені від порушень, охоплених цією нормою, які вже припинилися, але шкідливі наслідки яких можуть тривати. Компетентний орган може розслідувати такі порушення та видавати розпорядження про припинення порушень або заборону майбутніх заборон, щоб запобігти їх повторенню, таким чином забезпечуючи мінімум, необхідний для забезпечення високого рівня захисту споживачів.

Особливо в цифровому середовищі компетентні органи повинні мати можливість швидко та ефективно припиняти порушення, які охоплюються цим регламентом. Це особливо стосується випадків, коли торговець, який продає товари чи послуги, приховує свою особу або подорожує в межах Європейського Союзу чи до третьої країни, щоб уникнути примусового виконання. Якщо існує ризик завдати серйозної шкоди колективним інтересам споживачів, то компетентні органи можуть, відповідно до національного законодавства, видалити вміст з онлайн-інтерфейсів, а для вони повинні мати можливість вжити тимчасових заходів. Тимчасовий захід не повинен перевищувати обсягу, необхідного для досягнення його мети. Крім того, компетентні органи мають повноваження наказувати, щоб споживачі відображали чіткі попередження під час доступу до онлайн-інтерфейсів, або видаляли цифровий вміст, якщо немає інших ефективних засобів стримування незаконної діяльності. Такі заходи не повинні перевищувати заходів, необхідних для досягнення мети припинення або заборони порушення, передбаченого цим регламентом.

Також споживачі повинні мати право на компенсацію збитків, завданих порушеннями, передбаченими цим регламентом. У деяких випадках компетентний орган, за ініціативою продавця, має повноваження вимагати від продавця додаткових заходів для виправлення ситуації на користь споживачів, які постраждали від ймовірного порушення, охопленого цим правилом, або, у відповідних випадках, торговець повинен надати відповідні засоби правового

захисту споживачам, які постраждали від цього порушення. Компетентний органі має сприяти усуненню негативних наслідків для споживачів, викликаних транскордонними порушеннями. Засоби правового захисту від таких порушень включають, але не обмежуються ремонтом, заміною, зниженням ціни, розірванням або поверненням ціни, сплаченої за товари чи послуги. Компетентний орган відповідними засобами інформує споживачів, які стверджують, що їм було завдано шкоди внаслідок порушення, охопленого цим регламентом, про те, як отримати компенсацію згідно з національним законодавством.

25 листопада 2020 року Європейський Парламент ухвалив Директиву (ЄС) 2020/1828 про представницькі позови для захисту колективних інтересів споживачів (англ. *Directive (EU) 2020/1828 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2020 on representative actions for the protection of the collective interests of consumers and repealing Directive 2009/22/EC*) [129].

Ця директива має на меті сприяти функціонуванню внутрішнього ринку та досягненню високого рівня захисту споживачів, дозволяючи кваліфікованим організаціям, які представляють колективні інтереси споживачів, подавати представницькі позови щодо судових заборон і заходів відшкодування проти торговців, які порушують положення права ЄС. Ці кваліфіковані організації повинні мати можливість вимагати припинення або заборони такої порушної поведінки та вимагати відшкодування, якщо це доцільно та доступно відповідно до законодавства ЄС або національного законодавства кожної країни-члена, наприклад, компенсації, ремонту або зниження ціни.

Сфера застосування цієї директиви повинна відображати останні зміни у сфері захисту прав споживачів. Оскільки споживачі зараз працюють на більш широкому та оцифрованому ринку, тому досягнення високого рівня захисту споживачів вимагає, щоб такі сфери, такі як захист даних, фінансові послуги, подорожі та туризм, енергетика та телекомунікації, охоплювалися цією директивою. Оскільки споживчий попит на фінансові та інвестиційні послуги

зростає, важливо покращити дотримання законодавства про захист прав споживачів у цих сферах.

Доцільно відзначити, що ця директива не повинна замінювати існуючі національні процесуальні механізми для захисту колективних або індивідуальних інтересів споживачів. Беручи до уваги їхні правові традиції, державам-членам слід залишити на розсуд розробку процесуального механізму для представницьких позовів, що вимагається цією директивою, як частину існуючого або як Директиви про права споживачів частину нового процесуального механізму для колективних судових заборон або відшкодування. Також ця директива не повинна перешкоджати державам-членам ухвалювати закони про позови, що вимагають декларативних рішень судом або адміністративним органом, навіть якщо вона не передбачає правил щодо таких позовів.

Протягом кількох років споживча політика ЄС переглядалася, щоб краще реагувати на зростання конкуренції у світовій економіці та враховувати потреби громадян для кращого захисту інтересів споживачів, особливо в транскордонній торгівлі. З цією метою Рада ЄС і Парламент ЄС прийняли споживчі програми, спрямовані на досягнення наступних цілей:

- забезпечити високий рівень захисту прав споживачів, насамперед за рахунок покращення інформування споживачів, покращення консультування та кращого вираження інтересів споживачів;
- забезпечити захист прав споживачів, зокрема шляхом розвитку співпраці між органами влади та організаціями, відповідальними за практичне виконання законодавства про захист прав споживачів, інформування, навчання та вирішення спорів щодо скарг споживачів.

Стаття 38 Хартії основоположних прав Європейського Союзу (англ. *Charter of Fundamental Rights of the European Union 2012/C 326/02*) [130] також присвячена захисту прав споживачів. Зазначається, що політика ЄС повинна забезпечувати високий рівень захисту споживачів. Захист прав споживачів визнається одним із законних інтересів усього населення ЄС і повинен бути

гарантований на одному з найвищих рівнів захисту. Сьогодні Хартія основоположних прав ЄС є частиною Договору про функціонування ЄС і, таким чином, також гарантує захист прав її громадян ЄС як споживачів послуг.

Також захисту прав споживачів присвячено статтю 38 Хартії основних прав Європейського Союзу [130]. Політика Союзу повинна забезпечувати високий рівень захисту споживачів. Захист прав споживачів визнано як один з законних інтересів усього населення Союзу, якому повинно бути гарантовано один з найвищих рівнів захисту. Сьогодні Хартія ЄС про основні права є частиною Договору про функціонування Європейського Союзу та, відповідно, також передбачає гарантії захисту прав осіб – громадян ЄС як споживачів послуг.

Відповідно до законодавства ЄС про захист прав споживачів, споживачам надаються ще такі важливі права [131]:

- 1) право на правдиву рекламу;
- 2) право на відремонтування або заміну несправних виробів;
- 3) право укласти договір без несправедливих умов;
- 4) право повернути більшість товарів, придбаних онлайн, протягом 14 днів;
- 5) право на доступ до товарів і послуг на тих самих умовах, що й місцеві клієнти;
- 6) право на безкоштовну підтримку від Європейських споживчих центрів щодо будь-яких проблем із продавцями з ЄС.

Доцільно зауважити, що одним із найважливіших законів ЄС щодо захисту прав споживачів була Директива щодо певних аспектів продажу споживчих товарів і відповідних гарантій (1999/44/EC) (англ. *Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees*) [132]. Згідно з цією директивою, юридична гарантія принаймні два роки надається на дефектні продукти або продукти, які не працюють, як рекламується. Відповідно до національного законодавства деяких держав-членів можуть бути дозволені триваліші періоди. Ця Директива застосовувалася до вживаних товарів, придбаних у продавців, але

не до товарів, придбаних у фізичних осіб. До 31 грудня 2021 року тривала дія цієї директиви.

З 1 січня 2022 року Директиву про продаж товарів і відповідні гарантії [130] було замінено на:

1. Директиву (ЄС) 2019/770 про контракти на постачання цифрового контенту та послуг (Директива про цифровий контент) (англ. *Directive (EU) 2019/770 of the European Parliament and the Council of 20 May 2019 on certain aspects concerning contracts for the supply of digital content and digital services*) [133].

Ця директива встановлює загальні правила щодо конкретних вимог до контрактів між торговцями та споживачами щодо постачання цифрового контенту або цифрових послуг. З цією метою застосовні правила щодо відповідності цифрового вмісту чи цифрових послуг договору, засоби правового захисту у разі такої невідповідності або невиконання умов, а також способи використання цих засобів правового захисту, а також застосовні правила щодо внесення змін до контракту. Цифровий контент або цифрові послуги мають бути ідеально гармонізовані. Повністю узгоджені правила щодо кількох ключових елементів договірних прав споживачів полегшать підприємствам, особливо малим і середнім підприємствам, пропонувати свою продукцію в інших державах-членах. Споживачі отримають вигоду від вищого рівня захисту споживачів і покращених переваг завдяки повній гармонізації основних правил. У рамках цієї директиви державам-членам забороняється встановлювати подальші формальні або суттєві вимоги. Наприклад, держави-члени не повинні встановлювати правила щодо передачі тягаря доведення або щодо зобов'язання споживачів повідомляти торговців про невідповідність протягом певного періоду часу, відмінного від передбаченого цією Директивою.

2. Директива ЄС щодо договорів купівлі-продажу товарів 2019/771/ЄС (Директива про продаж товарів) (англ. *Directive (EU) 2019/771 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on certain aspects concerning contracts*

for the sale of goods, amending Regulation (EU) 2017/2394 and Directive 2009/22/EC, and repealing Directive 1999/44/EC) [134].

Метою цієї Директиви є забезпечення високого рівня захисту споживачів шляхом встановлення спільних правил щодо конкретних вимог договорів купівлі-продажу, укладених між продавцями та споживачами, зокрема правил щодо відповідності товарів контрактам, одночасно сприяючи належному функціонуванню внутрішнього ринку.

Що стосується онлайн-покупок, то онлайн-покупці ЄС користуються широким спектром прав відповідно до законодавства ЄС про захист прав споживачів, зокрема правом зміни думки після здійснення покупки. Ці правила стосуються не тільки покупок в Інтернеті, але й замовлень по телефону та електронною поштою [135].

Закон про захист прав споживачів ЄС захищає, лише якщо такі споживачі купують в торговця чи зареєстрованої компанії, а не у фізичної особи. Також доцільно зауважити, що якщо товари купуються в постачальників, які не входять до ЄС/ЄЕЗ, закони ЄС про захист прав споживачів можуть не застосовуватися. Тому важливо перевірити всіх відповідних постачальників і контактні дані перед розміщенням замовлення.

Треба бути обережним, коли купувати товар у торговця, який стверджує, що він працює у зоні ЄС. Відповідно до законодавства ЄС про захист прав споживачів, продавець повинен вказати свою географічну адресу на веб-сайті інтернет-магазину продавця. Якщо вважається, що така адреса електронної пошти неправильна або взагалі не існує, рекомендується придбати товар в іншому місці.

Треба відзначити, що у ЄС діють такі права споживачів під час покупок в Інтернеті:

1. Право змінити свою думку. Коли робляться покупки онлайн, то надається 14-ь календарних днів для можливої зміни думки про покупку. Протягом цього терміну договір можна розірвати, а покупку повернути

продавцю. При цьому не потрібно вказувати причину, але доцільно звернути увагу на те, що за повернення продукту може стягуватися певна сума витрат.

Також слід звернути увагу на те, що на деякі покупки не поширюється період повернення покупки протягом 14-и днів. Наприклад, бронювання готелів, оренда автомобілів, екскурсійні квитки та інші послуги дозвілля (якщо договір охоплює конкретні дати або періоди виконання) спеціально виключаються з періоду роздуму.

Винятками неповернення покупки можуть бути також [135]:

- продукти, виготовлені за специфікаціями клієнта або є чітко персоналізовані;
- аудіо- чи відеозаписи, відкриті споживачем, наприклад DVD-диски, незапечатані інсталяційні компакт-диски програмного забезпечення або комп'ютерне програмне забезпечення;
- послуги, надання яких є розпочатим за згодою споживача та тривають до 14-ь робочих днів;
- продукти, що швидко псуються або прострочені;
- ігри та лотереї;
- товари або послуги, ціни на які залежать від коливань на фінансових ринках і знаходяться поза контролем постачальника.

Якщо споживач використовує своє право на відмову, то продавець має 14-ь днів для повернення коштів.

2. Право на відкриту інформацію. Інтернет-продавці з ЄС зобов'язані надати детальну інформацію, таку як контактні дані, ключові характеристики продукту чи послуги, а також загальну вартість продукту чи послуги, включаючи всі податки та витрати на доставку.

Перш ніж укласти будь-який контракт, продавці повинні чітко надати таку конкретну інформацію:

- назва та адреса постачальника;
- основні характеристики продуктів і послуг;

- як доставляються продукти або надаються послуги⁴
- наявність права на анулювання;
- мінімальний термін договору;
- на який термін можна укласти контракт за цих умов?;
- витрати на зв'язок між сторонами, коли базова плата перевищена;
- як розірвати договір?;
- можливе гарантійне та післягарантійне обслуговування;
- умови розірвання договору, якщо договір укладено на невизначений термін або на строк більше одного року.

3. Право на відшкодування за затримку або не доставку. Покупки повинні бути доставлені протягом 30-и днів, якщо інше не погоджено з продавцем.

Якщо продавець не доставить покупку протягом узгодженого періоду, то споживач може зв'язатися з продавцем і вимагати доставки покупки у зручну для обставин дату. Якщо товар не може бути доставлений протягом додаткового терміну, споживач має право розірвати договір.

Також споживач може відмовитися від договору після закінчення 30-денного терміну. У випадку, коли доставка протягом цього періоду була важливою, наприклад, весільну сукню було замовлено, але так і не надійшло вчасно замовлення. Це також стосується випадків, коли під час укладення договору споживач повідомив продавця про важливість доставки до зазначеної дати. Споживач також має право відмовитися від договору, якщо продавець прямо заявляє, що він не може або не буде доставити товар.

З огляду на зазначене вище, покупка має бути доставлена протягом 30-и днів, якщо інше не погоджено з продавцем. Якщо продавець не доставляє товар протягом узгодженого періоду часу, споживач може зв'язатися з продавцем і попросити доставити товар у пізнішу зручну дату, яка відповідає обставинам. Якщо продавець не може доставити товар протягом цього додаткового періоду, то споживач має право розірвати договір.

У разі розірвання договору продавець зобов'язаний повернути споживачеві будь-яку суму, сплачену за договором. Це відшкодування має бути надано протягом 14-и днів.

4. Право на відшкодування за дефектний товар. Якщо продукт, придбаний в Інтернеті, виявиться дефектним або не відповідає рекламі, то споживач має такі ж законні права, як і в разі покупки безпосередньо в магазині.

Згідно з правилами ЄС, дефекти, які стають очевидними протягом шести місяців після доставки товару, вважаються такими, що існували на момент доставки. Продавець може спочатку запропонувати споживачу ремонт або заміну, але якщо це неможливо, то споживач може розірвати договір і вимагати повного відшкодування. Так, повернення коштів має бути оброблено протягом 30-и днів.

Продавець несе відповідальність перед споживачем за дефекти, які стали очевидними протягом двох років з моменту купівлі, але якщо дефект виникає після закінчення його початкового періоду в шість місяців, споживач несе відповідальність за дефект. Споживачів можуть попросити довести, що це не було спричинено жорстоким поводженням.

3.2.3 Органи, які здійснюють захист прав споживачів в ЄС

Захист прав споживачів ЄС здійснюють: Європейський Парламент (англ. European Parliament), Рада ЄС (англ. Council of the European Union), Європейська Комісія (англ. European Commission), Європейський комітет зі стандартизації (англ. European Committee for Standardization) та інші.

У рамках Європейського Парламенту за питання захисту прав споживачів відповідає два комітети [136]:

- 1) Комітет з внутрішнього ринку та захисту прав споживачів (англ. Committee on the Internal Market and Consumer Protection);
- 2) Комітет з питань навколишнього середовища, громадського здоров'я та безпеки харчових продуктів (англ. Committee on the Environment, Public Health and Food Safety).

Комітет з питань внутрішнього ринку та захисту споживачів Європейського Парламенту відповідає за:

1) координацію національного законодавства у сфері внутрішнього ринку та митного союзу. особливо:

- вільний рух товарів, включаючи гармонізацію технічних стандартів;
- права заснування,
- свобода надання послуг, за винятком фінансового та поштового секторів.

2) єдиний ринок (включаючи заходи, спрямовані на виявлення та усунення потенційних перешкод для впровадження єдиного ринку, у тому числі єдиного цифрового ринку);

3) сприяння та захист економічних інтересів споживачів, за винятком питань здоров'я та безпеки харчових продуктів;

4) політику та закони щодо дотримання правил єдиного ринку та прав споживачів.

Комітет з питань навколишнього середовища, громадського здоров'я та безпеки харчових продуктів відповідає за:

1) екологічну політику та заходи з охорони довкілля, зокрема щодо:

- забруднення повітря, ґрунту та води, управління та переробки відходів, небезпечних речовин та ліків, рівня шуму, зміни клімату, захисту біорізноманіття;

- сталого розвитку;
- міжнародних та регіональних заходів та угод, спрямованих на захист навколишнього середовища;

- відшкодування екологічної шкоди;

- цивільного захисту тощо;

2) охорону здоров'я, особливо:

- програми та конкретні дії у сфері охорони здоров'я;
- фармацевтичні та косметичні засоби,

– аспекти біотероризму для здоров'я тощо;

3) питання безпеки харчових продуктів, особливо маркування та безпеку харчових продуктів тощо.

В Раді ЄС функціонує Консультаційна рада з питань зайнятості, соціальної політики, охорони здоров'я та споживчих питань (англ. Employment, social policy, health and consumer affair), яка надає висновки щодо розроблених актів перед їх прийняттям. Після цього Рада ЄС разом з Європейським Парламентом приймає акти ЄС щодо захисту здоров'я та безпеки споживачів, а також їхніх економічних інтересів [137].

Європейська Комісія в рамках своїх повноважень здійснює узагальнення імплементації і впровадження державами-членами актів ЄС у сфері захисту прав споживачів та готує проекти документів та програмні акти щодо реформування сфери захисту прав споживачів [138].

До складу Європейського комітету зі стандартизації входять представники держав-членів ЄС та ЄАВТ, інститутів ЄС, організації споживачів, екологів, медиків, дрібних та середніх корпорацій тощо. Стандарти формуються на основі консенсусу та приймаються більшістю голосів. Після цього стандарти мають бути імплементовані у національне законодавство учасників цього комітету. Європейський комітет зі стандартизації співпрацює з Європейським комітетом електричних стандартів, Європейським інститутом телекомунікаційних стандартів, Міжнародною організацією зі стандартизації [139].

До складу провідних органів ЄС, які займаються забезпеченням захисту прав споживачів, належить і Європейська агенція з питань безпеки харчових продуктів (англ. European Food Safety Authority). Ця агенція займається оцінкою та інформуванням щодо харчових ризиків, а за управління ризиками, функціонування систем контролю продуктів харчування відповідають Європейська Комісія та держави-члени ЄС [140].

У рамках Європейської агенції з питань безпеки харчових продуктів оцінку ризиків здійснюють Науковий комітет (англ. Scientific Committees) та відповідні експертні групи з усіх питань щодо харчових продуктів та їх безпеки, у тому

числі у сфері благополуччя тварин та рослин. Так, Науковий комітет забезпечує інститути ЄС та держави-члени науковим підґрунтям для розробки законодавства та політик ЄС щодо харчових продуктів та їх безпеки [141].

Захист прав споживачів є одним з ключових для Європейської організації зі страхових та професійних пенсій (англ. European Insurance and Occupational Pensions Authority (EIOPA)). Ця організація в частині захисту прав споживачів відповідає за прозорість, простоту та справедливість на ринку фінансових послуг на території ЄС. Європейська організація зі страхових та професійних пенсій координує питання фінансової грамотності споживачів [142].

Крім того, для зручностей споживачів створено Європейську мережу споживчих центрів (англ. European Consumer Centres Network - ECC Net) [141]. Також значну роль у захисті прав споживачів відіграють недержавні організації.

У результаті проведеного дослідження встановлено, що політика ЄС у сфері захисту прав споживачів хоча і є частковою гармонізацією, але має комплексний характер. Таким чином, акти вторинного законодавства ЄС у сфері захисту прав споживачів охоплюють широкий спектр питань, таких як:

- гармонізовані вимоги до виробників продукції та постачальників послуг;
- вимоги до захисту прав споживачів на етапі придбання продукції та отримання послуг;
- положення про захист прав споживачів у разі їх порушення;
- заходи, які повинні бути вжиті державами-членами у разі виявлення небезпек, несприятливого впливу продукції на навколишнє середовище та безпеку людей.

У системі механізмів захисту прав споживачів провідні органи такі як Європейський Парламент (англ. European Parliament), у рамках якого функціонують Комітет з внутрішнього ринку та захисту прав споживачів (англ. Committee on the Internal Market and Consumer Protection) та Комітет з питань навколишнього середовища, громадського здоров'я та безпеки харчових продуктів (англ. Committee on the Environment, Public Health and Food Safety),

Рада ЄС (англ. Council of the European Union), у рамках якої функціонує Консультаційна рада з питань зайнятості, соціальної політики, охорони здоров'я та споживчих питань (англ. Employment, social policy, health and consumer affair), Європейська Комісія (англ. European Commission), Європейський комітет зі стандартизації (англ. European Committee for Standardization), Європейська агенція з питань безпеки харчових продуктів (англ. European Food Safety Authority), у рамках якої функціонує Науковий комітет (англ. Scientific Committees) та відповідні експертні групи з усіх питань щодо харчових продуктів та їх безпеки, у тому числі у сфері благополуччя тварин та рослин, Європейська організація зі страхових та професійних пенсій (англ. European Insurance and Occupational Pensions Authority (EIOPA), Європейська мережа споживчих центрів (англ. European Consumer Centres Network - ECC Net), відіграють важливу роль у реалізації захисту прав споживачів.