

Волкова О.В.,

провідний юрисконсульт

КНП "КДЦ" Печерського району м. Київ,

Татаренко Г.В.,

к.ю.н., завідувач кафедри конституційного права

юридичного факультету СНУ В. Даля

ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ

У роботі здійснено аналіз питань, що торкаються проблеми захисту прав споживачів в Європейському Союзі та шляхів їх вирішення на основі чинного законодавства і судової практики Європейського Союзу.

Ключові слова: споживач, захист прав споживачів, міжнародні стандарти захисту прав споживачів, права споживача.

Відповідно до Стратегії сталого розвитку "Україна-2020" в Україні розпочато формування споживчої політики шляхом реформи у сфері забезпечення безпечності та якості харчових продуктів і реформи у сфері захисту прав споживачів. Наразі прийнята "Концепція державної політики у сфері захисту прав споживачів", створені і прийнята Урядом 5 червня 2013 р. розпорядженням КМУ № 777-р, р., а Закон України "Про захист прав споживачів", визнаний міжнародними експертами одним із кращих в Європі, утворено Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів і захисту споживачів (Держспоживпродслужба).

Пріоритетним завдання національної споживчої політики визнано необхідність реформування системи захисту прав споживачів із метою забезпечення її відповідності європейським підходам.

Актуальність дослідження правових аспектів проблем захисту прав споживачів у Європейському Союзі обумовлена декількома обставинами, перш за все:

1) спільністю кола завдань і проблем в області захисту прав споживачів, а отже, можливістю використання корисного досвіду ЄС для вдосконалення українського законодавства в галузі захисту прав споживачів і організаційно-правових механізмів його розробки та реалізації;

2) необхідністю побудови єдиного ринку з Європейським Союзом, що не може не включати в себе певних кроків по зближенню законодавств сторін, в тому числі і законодавства в області захисту прав їх громадян як кінцевих споживачів товарів і послуг.

Метою цієї роботи є дослідження правових аспектів діяльності Європейського Союзу в області захисту прав споживачів як однієї з самостійних сфер внутрішньої політики цієї інтеграційної організації.

Окремі аспекти розгляд даної проблеми досліджували: Алісієвіч Е.С., Ануфрієва Л.П., Арабей Е.А., Бекашева К.А., Белікова К.М., Долинської В. В., Кашкіна С.Ю., Кутафіна О.Е., Суродейкіна І. В., Триканова С.А., Ентін М.Л., Четверикова А.О. та інших.

Основною проблемою країн ЄС в сфері захисту прав споживачів є наявність багатьох нормативних актів (відсутність кодифікованого акту), значних відмінностей внутрішнього законодавства та інтересів країн з законодавствами і інтересами ЄС і т.п.

Уніфіковане регулювання відносин за участю споживачів в ЄС досягається через розвиток договірного права Європейського союзу за двома напрямками - гармонізації та уніфікації.

Гармонізація полягає в зміні національного права держав - членів ЄС на підставі положень директив з метою створення єдиного правового режиму на внутрішньому ринку ЄС. Рухаючись у зазначеному напрямку, договірне право поступово набуває властивостей внутрішнього права ЄС. Це пов'язано з тим, що на внутрішньому ринку ЄС, в порівнянні з іншими, статус споживачів є

переважаючим. Директиви ЄС обмежують свободу дій підприємців з метою надання мінімуму гарантій споживачам як слабкій стороні, що є обмеженням принципу свободи договору. У цьому контексті принцип справедливості договірних відносин, знайшов відображення в Директиві 93/13 / ЕЕС «Про несправедливі умови в договорах із споживачами».

Дія Директиви поширюється на споживачів - звичайних людей, які укладають договори і купують товари або послуги не з метою торгівлі, промислу або за професійною необхідністю, а для власних потреб або потреб своїх сімей. в даний час масове виробництво стандартизованих товарів і послуг спричинило появу стандартних договорів, здебільшого - договорів приєднання, в основі яких лежать стандартні умови. Тому сучасне законодавство надає слабкій стороні захист від стандартних умов договору. Згідно п. 1 ст. Директиви 93/13 / ЕЕС «Про несправедливі умови в договорах із споживачами» несправедливим є така умова, яка вносить значний дисбаланс у права та обов'язки сторін за договором на шкоду споживача. Несправедливим може бути визнано лише умова, яку не було предметом спеціального узгодження зі споживачем. Та обставина, що окремі умови договору або їх деякі аспекти були індивідуально узгоджені, не виключає застосування Директиви до решти договору.

Німецькі суди ще в 50-х рр. ХХ ст. почали визнавати недійсними несправедливі умови, як споживчих договорів, так і договорів між комерсантами. У 1976 р стандартні умови були врегульовані Законом про загальні умови угод від 9 грудня 1976 р який з'явився актом, багато в чому який консолідував сформовану судову практику. Відповідно до § 9 Закону загальні умови ведення бізнесу недійсні і не підлягають захисту в суді, коли противно принципу добросовісності вони ущемляють права сторони, яка приєдналася [1].

Якщо умови договору було розроблено заздалегідь і споживач в силу цього не міг вплинути на їх зміст, особливо в контексті, заздалегідь сформульованого стандартного договору, то такі умови завжди мають розглядатися як індивідуально невизначені [2].

До питання про несправедливі умови в договорах із споживачами тісно примикає питання про нечесну торгову практику, що забороняється в ЄС. Так, Директива про нечесну торгову практику поширюється на всі випадки прийняття споживачем рішення про купівлю товару, свободу вибору товару і свободу вступу в договірні відносини. При цьому імперативні норми цієї Директиви забороняють країнам-учасницям знижувати вимоги, встановлені іншими директивами про захист прав споживачів. Директива встановлює загальний критерій віднесення торгової практики в розряд нечесної, з тим, щоб відмежувати нечесні практики від дозволених і заборонити їх. Такими критеріями виступають сумісність практики з професійною сумлінністю і здатність її фактично або потенційно впливати на поведінку середнього споживача [3].

У країнах ЄС досягнуто однаковість в сфері регулювання відносин за участю споживачів: в частині забезпечення інформаційної безпеки споживачів на основі уявлення про те, що отримання достовірної, повної та якісної інформації - невід'ємна умова здійснення їх належного захисту; в частині захисту приватного життя та персональних даних - принципом явно вираженої згоди на обробку наданих споживачами, для досягнення своїх особистих цілей, контрагентам відомостей про себе; в частині виключення з договорів зі споживачами несправедливих умов. При цьому, як правило, загальні (стандартні) умови договорів не вважаються нормативними, а визнаються лише частиною конкурентного договору, виробленого на основі і в силу дії диспозитивних норм об'єктивного права, однією стороною за умови повної інформованості про них іншого боку. Однак такі умови набувають нормативний характер, будучи схваленими відповідним державним органом країн - учасниць ЄС. [4].

Відповідно до документів Європейської комісії основними цілями політики ЄС на нинішньому етапі є: досягнення високого єдиного рівня захисту прав споживачів, забезпечення ефективного використання споживачами своїх прав, в тому числі в судовому порядку, а також залучення в політику ЄС

споживчих організацій. В даний час на розгляді законодавчих інститутів Європейського Союзу перебуває проект єдиної директиви про захист споживачів, яка повинна кодифікувати раніше прийняте в цій області законодавство ЄС.

Однак різні закони в країнах ЄС, вказує на те, що зіткнення інтересів і культур неминуче. Іноді ці зіткнення носять курйозний характер. Цікавим прикладом, коли національна традиція не відповідає правилам ЄС, є ситуація навколо так званого німецького «закону про чистоту пива» - *Reinheitsgebot*. Відповідно до даного закону, прийнятому ще в 1906 р (а в Баварії він діяв ще з 1516 г.), до складу пива можуть входити тільки 3 компоненти: вода, солод і хміль. Може саме тому німецьке пиво так цінується у всьому світі, адже за «чистотою пива» стежив закон. Дійшло до того, що німці не могли собі уявити пиво з інших компонентів, вірніше сказати: якщо напій зроблений не у відповідності з цим законом - значить це не пиво. Така ідилія зберігалася до 1980-х років, коли стався конфуз: в ФРН почали імпортувати пиво, яке, вироблялося за межами Німеччини і відповідно, відрізнялося за складом від звичного німецького пива. Оскільки закон єдиний для всіх, імпортери і дистриб'ютори імпортованого пива зіткнулися з проблемою: продавати його під етикеткою «пиво» заборонялося. Справа дійшла до судових розглядів, і, врешті-решт, суперечка було вирішено Судом ЄС, рішення якого є обов'язковими для всіх країн ЄС і оскарженню не підлягають. Незважаючи на те, що ФРН намагалася виправдати «закон про чистоту пива» посиленнями на необхідність захистити німецького споживача, який звик розуміти під «пивом» певний продукт і не буде перевіряти склад напою на етикетці, обґрунтовуючи необхідність в збереженні норм національного закону через здоров'я нації і довгі національні традиції, все це не набуло належного ефекту. Суд ЄС визнав, що такий закон обмежує свободу пересування товарів, а прикриття захистом прав споживачів не може виправдати встановлення на державному рівні переваг для національних виробників.

Існування "загального ринку ЄС" означає, що всі підприємці діють на рівних умовах, і національні традиції тут рідко беруться до уваги. В результаті Німеччина повинна була відмовитися від заборони несправжнього пива, але німецькі виробники пива не розгубилися: вони стали вказувати на етикетках, що пиво вироблено згідно «Reinheitsgebot». Тому при покупці пива завжди можна перевірити, чи є це пиво справжнім німецьким пивом.

Цікаво, що при певних обставинах, навіть напис на товарах або в рекламі «купуй ірландське / англійське / італійське» може бути розцінено як порушення правил вільної торгівлі і конкуренції. Був такий прецедент, коли Суд ЄС визнав подібні написи, як такі що суперечать політиці ЄС у сфері торгівлі [5].

Говорячи про ЄС і його правову систему не можна не згадати про справу «Centros», яка розглядалася Судом ЄС, і стала однією з причин серйозних змін в корпоративному праві країн ЄС. Суть справи полягала в тому, що згідно з англійським законодавством створити компанію можна було по Інтернету, коли статутний капітал може складати всього 1 Євро. В інших же країнах процедура створення була складніша і статутний капітал для аналогічних компаній (ТОВ) був потрібний значний. Ось і вирішили підприємливі громадяни з сусідніх Англії країн реєструвати компанію в Англії, а вже потім її представництво в своїй країні (без статутного капіталу). Місцевій владі така ситуація сподобатися не могла: інвестиції йдуть за кордон, популярність національних форм ведення бізнесу падає, на ринок входять підприємства «без гроша» в статутному капіталі. В результаті таким компаніям стали відмовляти в реєстрації представництв, фактично не допускаючи їх на свій ринок. Справа потрапила в Суд ЄС, який, посилаючись на свободу руху капіталів і свободу започаткування бізнесу, визнав незаконними дії місцевої влади. Тому компанії зі своїми представництвами були допущені до країн ЄС. Але відповідна реакція цих країн не змусила себе чекати. Так, у ФРН в 2008 р була проведена реформа, згідно з якою вводилася нова форма підприємств - Підприємницьке суспільство з мінімальним статутним капіталом в 1 євро.

Таким чином, держави члени ЄС змушені поступатися своїми принципами, інтересами та традиціями на благо загальноєвропейських інтересів. "ЄС - одна сім'я з одним спільним інтересом. Тому навіть якщо сьогодні хтось у чомусь програє, значить, завтра він отримає більше" [6].

Визнаючи проблеми, з якими стикаються покупці, Європейська Комісія 14 січня 2009 року схвалила нову директиву 2008/122 / ЄК про захист споживачів по відношенню до різних аспектів, пов'язаних з тимчасовим правом власності, довгостроковими канікулярними продуктами, договорами перепродажу та обміну. Метою нової директиви є заповнити «прогалини» попередньої директиви, замінивши їх чіткими, сучасними і простими правилами. Нові правила посилять захист споживачів, розширивши коло дії існуючих правил, а також включаючи нові продукти, що з'явилися на ринку, наприклад, клубний відпочинок, договори перепродажу та обміну. Нові правила забезпечують рівноцінну захист кожного споживача на всій території Європейського Союзу. Директива 2008/122 / ЄК скасувала попередню директиву 94847 / ЄК і набрала чинності 23 лютого 2009 року.

Якщо говорити про організацію захисту прав споживачів в рамках економічних союзів, то, наприклад, сфера захисту прав споживачів в ЄС перебуває у віданні вищого виконавчого органу - Європейської комісії, відповідальний орган - Генеральний директорат Європейської комісії з охорони здоров'я і захисту споживачів, який з 2007 року очолює європейський Комісар з захисту прав споживачів.

Стратегія споживчої політики ЄС на 2007– 2013 рр. і Програма дій ЄС у сфері споживчої політики на період 2014–2020 рр. встановлюють цілі, пріоритети і завдання європейської споживчої політики.

Згідно з положеннями зазначених документів, з метою забезпечення ефективної споживчої політики, необхідно досягти прозорості ринку; збільшення довіри споживачів через отримання достовірної і точної інформації про пропоновані товари, послуги; розуміння сторонами споживчих правовідносин своїх прав і обов'язків; а також вироблення ефективних

механізмів правового захисту від порушення споживчих прав громадян. Головними завданнями споживчої політики визначено підвищення добробуту споживачів ЄС з точки зору задоволення ціною, вибором, якістю, різноманітністю і доступністю; забезпечити захист інтересів споживачів по відношенню до основних ризиків і загроз, з якими споживачі індивідуально не можуть впоратися.

Крім того, особливе місце серед пріоритетів споживчої політики ЄС відводиться вдосконаленню законодавства в сфері захисту прав споживачів і, зокрема, його гармонізації на просторі ЄС [7].

Серед основних досягнень законодавства ЄС в сфері захисту прав споживачів вважаю за необхідне виділити наступні:

1) встановлення високих стандартів захисту здоров'я і безпеки споживачів продовольчих і непродовольчих товарів, що базуються на досягненнях сучасної науки.

2) наявність детального правового регулювання, спрямованого на захист прав споживачів від недобросовісної і агресивної комерційної практики, включаючи встановлення вичерпного переліку дій підприємців, які заборонені на всій території ЄС.

3) розробка спеціального законодавства про захист прав споживачів різних видів послуг, зокрема фінансових послуг і туристичних послуг, а також закріплення в імперативних нормах умов, які в обов'язковому порядку повинні міститися у відповідних договорах на надання послуг.

4) оперативне прийняття законодавства про захист споживачів від ризиків, пов'язаних з використанням генетично-модифікованої продукції, включаючи встановлення максимально допустимого рівня вмісту генно-модифікованих речовин в продовольчих товарах.

5) встановлення спеціального правового режиму нових видів договорів зі споживачами, що склалися в комерційній практиці, наприклад таких як, договори про надання послуг довгострокових поїздок.

б) розробка системи колізійно-правових норм, призначених для вирішення конфліктів законів і юрисдикцій держав-членів в області захисту прав споживачів, а також створення механізмів позасудового врегулювання спорів за участю споживачів, включаючи інтерактивну систему вирішення спорів при електронному способі здійснення покупок.

В рамках ЄС створено складний організаційний механізм захисту прав споживачів, що включає спеціалізовані інстанції, які діють на європейському та національному рівнях. Основними елементами цього механізму виступають:

1) система мереж, які здійснюють координацію співпраці між державами-членами в області захисту прав споживачів, включаючи систему швидкого оповіщення про небезпечну продукцію; спеціалізовані органи ЄС, відповідальні за розробку і реалізацію законодавства про захист прав споживачів;

2) короткострокове і середньострокове планування діяльності ЄС в області захисту прав споживачів на основі стратегій і програм, що розробляються Європейською комісією.

В якості основних недоліків і прогалин законодавства ЄС в сфері захисту прав споживачів можна виділити наступні:

1) відсутність у чинному законодавстві ЄС положень про кримінальну та адміністративну відповідальність виробників, продавців і осіб, що надають послуги, при порушенні цими особами регулятивних норм відповідного законодавства.

2) відсутність однакового підходу в проведенні гармонізації законодавства держав-членів в області захисту прав споживачів;

3) відсутність єдиної системи норм-дефініцій, що породжує необхідність дублювання визначень споживача в кожному окремому законодавчому акті ЄС про захист прав споживачів.

4) вузька спеціалізація органів, відповідальних за реалізацію відповідної компетенції, і недостатньо чітке розмежування відповідальності між ними, що на практиці може призвести до відсутності чіткого розуміння у споживачів, до якого органу їм необхідно звертатися для захисту своїх прав.

Література:

1. Право Европейского Союза: учебник для вузов / Е. С. Алисиевич, В. Д. Бордунов, В. В. Долинская и др.; под ред. А. Я. Капустина. М.: Издательство Юрайт, 2013. – 387 с.
2. Ануфриева Л.П., Бекашев Д.К., Бекашев К.А. и др. Международное публичное право. 5-е издание / под ред. К.А. Бекашева. М.: Проспект, 2013. – 1008 с.
3. Арабей Е.А. Правовые аспекты деятельности Европейского Союза в области защиты прав потребителей: дис. канд. наук юр. наук/ МГЮА имени О.Е. Кутафина – М., 2014. – 256 с.
4. Арабей Е.А.. Специализированные органы Европейского Союза в области защиты прав потребителей // Актуальные проблемы российского права. – 2014. – № 5. – С. 953-958. DOI: 10.7256/1994-1471.2014.5.11336.
5. Беликова К. М. Защита прав потребителей в Европейском союзе: некоторые векторы развития // Право и экономика. 2011. N 4 (278). С. 53 – 58
6. Бекашев К.А. Международное право. Учебник для бакалавров. М.: Проспект, 2014. – 352 с.
7. Трыканова С.А., Энтин М.Л., Орина И., Энтин Л.М. Актуальные проблемы европейского права. М.: Флинта, МПСИ, 2011г. – 168 с.
8. Европейский Союз. Основополагающие акты в редакции Лиссабонского Договора с комментариями / Кашкин С.Ю., Кутафин О.Е., Четвериков А.О. М.: Инфра—М, 2008 г. —402с.

Tatarenko G.V., Volkova H. V. The problems of consumer protection in the European Union.– Article.

This work was analysis of the issues that reveal the problems of consumer protection in the European Union and their solutions. Questions analyzed on the basis of current legislation and judicial practice of the European Union, the rights of consumers in the European Union.

Key words: consumer protection in the European Union; consumer protection issues in the European Union; the rights of consumers in the European Union.

Татаренко Г.В., Волкова Е. В. Проблемы защиты прав потребителей в Европейском Союзе. - Статья

В работе осуществлен анализ вопросов, раскрывающих проблемы защиты прав потребителей в Европейском Союзе, на основе действующего законодательства и судебной практики Европейского Союза, специальной литературы по данной проблеме.

Ключевые слова: защита прав потребителей в Европейском Союзе; проблемы защиты прав потребителей в Европейском Союзе; права потребителей в Европейском Союзе.