



МІЖНАРОДНЕ ПРАВО; ЄВРОПЕЙСЬКЕ ПРАВО

Олена Юрїївна ДИМІНСЬКА,

кандидат юридичних наук, доцент,
завідувач кафедри міжнародного та європейського права
Хмельницького університету управління та права,
chernyack.lena@gmail.com

УДК 341.96: 366.542

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПОСИЛЕННЯ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В ЄС

Проведено комплексне дослідження особливостей правового регулювання захисту прав споживачів у сфері електронної торгівлі в ЄС. У межах дослідження обґрунтовано доцільність формування нової концепції захисту прав споживачів на рівні ЄС, а також побудови аналогічного правового поля в національній правовій системі. Європейський Союз на сьогодні знаходиться в процесі оновлення правових механізмів захисту прав споживачів у сфері електронної торгівлі, що зачіпає питання врегулювання діяльності соціальних мереж, вимог до власників веб-сайтів, змісту інформації про продукцію, що повинна бути надана споживачеві, відповідальності власника он-лайн платформи, де розміщено неправомірну чи неправдиву інформацію. Основні порушення прав споживачів у сфері електронної комерції пов'язані з тим, що соціальні мережі обмежують споживачів ЄС у поданні позовів проти них у країнах свого постійного проживання, у праві на відмову від договору, приховується комерційний характер повідомлення та спонсорований контент, обмежується обсяг відповідальності соціальних мереж за порушені права, передбачено можливість видалення публікацій або іншого контенту, створений користувачем, не забезпечено доступ користувачів до інформації про послуги та національні компетентні органи в контексті Регламенту СРС, через соціальні мережі реалізується контрафактна або ж неоригінальна продукція, поширенням також є шахрайство, пов'язане з оплатою споживачем придбаної продукції.

© Димінська О. Ю., 2018



Прийняття Регламенту ЄС, що встановлює низку принципів для он-лайн платформ у сфері посилення боротьби з незаконним контентом в Інтернеті у співпраці з національними органами влади, державами-членами та іншими відповідними заінтересованими сторонами, врегулювання питань, пов'язаних з геоблокуванням, транскордонною доставкою посилок, недобросовісної комерційної діяльності є комплексом заходів, запропонованих Європейською комісією з удосконалення законодавства із захисту прав споживачів у сфері електронної комерції.

Ключові слова: захист прав споживачів, електронна комерція, Європейський Союз, соціальні мережі, єдиний цифровий ринок, захист персональних даних.

Європейський Союз має майже півстолітню традицію забезпечення ефективних механізмів захисту прав споживачів. З розширенням кордонів ЄС, збільшенням обсягів транскордонної електронної торгівлі на національне законодавство країн-членів покладається все більше обов'язків по врегулюванню таких відносин шляхом встановлення додаткових обмежувальних та контрольних заходів до продавців для уникнення порушеннями прав споживачів.

Система захисту прав споживачів ЄС у сфері електронної торгівлі, яка вперше була створена згідно з Регламентом 2006 року [1], була створена таким чином, щоб дозволити відповідним національним органам держав-членів ЄС спільно вирішувати питання про порушення прав споживачів, які охоплюють більше, ніж одну країну. Ця структура запровадила механізм взаємної допомоги, який дозволив державам-членам допомагати одна одній з постійними порушеннями, які торкнулися більш ніж однієї держави-члена, а також створила мережі європейських споживчих центрів, які працювали як портали звернень споживачів, які вважали, що їхні права порушені чи можуть бути порушені.

Незважаючи на позитивну практику застосування Регламенту 2006 року, у Стратегії Єдиного спільного ринку 2015 року [2] Європейська комісія дійшла висновку, що існуюча система не належним чином забезпечує вирішення проблем, що виникають у цифровому секторі. Серед іншого, Комісією було відзначено, що оцінка впливу, проведена у 2014 році, показала, що 37 % веб-сайтів у сфері туризму, розваг, продажів, електронних товарів та фінансових послуг не дотримувалися основних прав споживачів при потенційній вартості у 770 млн євро сумарної вартості придбаної споживачами на них продукції.

Для Комісії ці цифри висвітлили неадекватність існуючої системи правового забезпечення, яка існувала під загрозою відставання від електронної комерції, що настільки швидко розвивається.

У юридичній науці наявні певні напрацювання в царині захисту прав споживачів в цілому, а також захисту прав споживачів у сфері електронної комерції зокрема, серед яких слід виділити роботи О. В. Звереві, Л. М. Іваненко, Т. О. Кагала, І. В. Кірюшиної, С. А. Косі-



нова, Г. О. Осетинської, О. П. Письменної, К. Ю. Свінцової, Д. П. Стригунової, А. Р. Товмасяна, Є. Я. Токара, Р. Ю. Ханік-Посполітак, Б. О. Шаблі, А. Є. Шерстобітова та ін.

Разом із тим сучасні тенденції захисту прав споживачів у сфері електронної комерції, зважаючи на зміни правового регулювання, запропоновані в ЄС, на сьогодні не отримали належного наукового підґрунтя, в тому числі в контексті впливу таких змін на національного споживача та ринок он-лайн послуг в Україні.

Внаслідок виявлених недоліків Європейською комісією було переглянуто старий режим, щоб зміцнити чинне законодавство та розробити механізми, які б забезпечували виявлення та вирішення транскордонних та широкомасштабних порушень прав споживачів у ЄС, та 25 травня 2016 р. Комісія висунула пропозицію щодо реформи регулювання співпраці з питань захисту споживачів (СРС), в результаті чого було прийнято Регламент (ЄС) 2017/2394 Європейського Парламенту та Ради від 12 грудня 2017 р. «Про співробітництво між національними органами, відповідальними за виконання законів про захист прав споживачів та скасування Регламенту (ЄС) № 2006/2004» [3]. Вказаний Регламент СРС почне діяти з 17 січня 2020 р. та встановлюватиме чіткі критерії порушення прав споживачів, щодо яких національні органи влади та Європейська повинні співпрацювати, запроваджуватиме ефективніші механізми запобігання порушенням прав споживачів.

Вказуючи на передумову прийняття оновленої редакції Регламенту СРС, варто вказати, що на сьогодні Інтернет-платформи стали важливими факторами зростання цифрової економіки. Вони забезпечили безпрецедентний доступ до інформації та обміну даними, а також розвиток нових можливостей ринку, особливо для малого та середнього бізнесу. Для більшості людей сьогодні Інтернет-платформи стають основною точкою доступу до інформації та іншого контенту, в тому числі через пошукові системи, соціальні мережі, мікроблоги або платформи для обміну відео. Сайти з он-лайн комерції також докладають додаткових зусиль для максимального зближення та тісної співпраці між користувачами та контентом у сфері цільової реклами. Ці платформи об'єднують мільярди користувачів з великою кількістю вмісту та інформації, яка досить часто не відповідає вимогам законодавства про захист прав споживачів. Тому очевидно, що розповсюдження нелегального контенту в Інтернеті може підірвати довіру та споживачів до цифрового середовища, але це також може поставити під загрозу подальший економічний розвиток єдиного цифрового ринку (*Digital Single Market*).

У своїй пропозиції Європейська комісія стверджує, що в 2014 році було переглянуто 2 682 веб-сайтів електронної комерції за п'ятьма ключовими словами (одяг, електронні товари, відпочинок, споживчий кредит та подорожі). Огляд вказаних сайтів показав, що в середньому 37 % їх веб-вмісту мають ознаки порушень законодавства ЄС про



захист прав споживачів. Європейською комісією наголошується, що шкода від таких сайтів складає близько 770 млн євро на рік [4].

Вказані проблеми зумовили публікацію 28 вересня 2017 р. спільного Повідомлення Європейської комісії, Європейського парламенту, Ради ЄС, Європейського економічного і соціального комітету та Комітету регіонів щодо запобігання незаконному вмісту в Інтернеті «На шляху підвищеної відповідальності інтернет-платформ» [5]. Вказане повідомлення встановлює низку принципів для онлайн-платформ у сфері посилення боротьби з незаконним контентом в Інтернеті у співпраці з національними органами влади, державами-членами та іншими відповідними заінтересованими сторонами. Воно спрямоване на полегшення та поглиблення впровадження передових методів запобігання, виявлення, видалення та відключення можливості доступу до незаконного вмісту інформації. Також у повідомленні йде мова про особливості дій онлайн платформ по виявленню, видаленню чи відключенню доступу до нелегального контенту (так звані дії «Доброго Самарянина»).

Органами з питань співробітництва з питань захисту прав споживачів було висловлено такі зауваження у функціонуванні соціальних мереж, що порушують права користувачів:

1) соціальні мережі не можуть обмежувати споживачів ЄС у поданні позовів проти них у країнах свого постійного проживання і в такому випадку застосовуватиметься законодавство ЄС про захист прав споживачів;

2) соціальні мережі не можуть обмежувати споживачів ЄС у праві на відмову від договору;

3) не може бути приховано від споживача комерційний характер повідомлення та спонсорований контент;

4) соціальні мережі не можуть обмежувати або повністю відмовлятися від відповідальності щодо своїх послуг, покладаючи відповідальність на споживача, в тому числі в контексті ст. 14 Директиви 2000/31/ЄС Європейського Парламенту та Ради «Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема електронної комерції, на внутрішньому ринку» («Директива про електронну комерцію») від 8 червня 2000 р. [6];

5) соціальні мережі не можуть видаляти публікації або інший вміст, створений користувачем, наприклад, фотографії, без надання чіткого обґрунтування та без надання користувачу можливості оскаржити такі дії;

6) соціальні мережі не можуть в односторонньому порядку змінювати умови користування, без чіткого інформування споживача про обґрунтування та без надання споживачам обґрунтованого повідомлення про можливість скасування контракту;

7) як постачальники інформаційних послуг, соціальні мережі повинні забезпечити доступ користувачів до інформації про послуги та національні компетентні органи в контексті Регламенту СРС, включа-



ючи адресу електронної пошти з тим щоб, вони мали можливість спілкування з ними у прямий та ефективний спосіб.

Протягом останніх років органами СРС було отримано докази порушення прав споживачів через соціальні мережі, що полягають у примушуванні споживача до реєстрації для безкоштовної пробної версії програм, але таким споживачам не надається вся необхідна, достатня і доступна інформація про продукцію; через соціальні мережі реалізується контрафактна або ж неоригінальна продукція; введення в оману переддоговірною інформацією про продукцію, наприклад, щодо ідентифікація продавця чи виробника, ціни продукції, основних характеристик товарів; шахрайстві, пов'язаному із платежами, що приймаються від споживачів [7].

У результаті висловлених недоліків, найбільшими у світі соціальними мережами (Facebook, Instagram, Twitter, Google+) на початку 2018 року запроваджуються поетапні зміни в політиці своєї діяльності. Зокрема вказаними соціальними мережами було вирішено питання щодо інформування спонсорованих повідомлень та комерційних повідомлень (Instagram на сьогодні вже має функцію, яка дає можливість зазначати як спонсора акаунт компанії, продукція якої рекламується. Соціальні мережі повинні контролювати вміст повідомлень, що мають комерційний характер, якщо вони мають достатньо доказів щодо використання додаткових засобів (отримання доходів від реклами, рекламування акаунту у соціальній мережі, спонсоровані вподобання продукції тощо). Крім того, реалізація умов, що дозволяють соціальним мережам уникати виявлення комерційних повідомлень як таких, може бути прийнято як нечесну комерційну практику.

Також соціальні мережі погодились змінити в умовах користування юрисдикцію та застосовне законодавство, щоб привести їх відповідно до законодавства ЄС (зокрема, Facebook видалив посилання на закони та юрисдикцію штату Каліфорнія) стосовно споживачів ЄС. Щодо встановлення відповідальності перед споживачем, соціальні мережі погодились зняти обмеження своєї відповідальності перед споживачами ЄС та уточнити підстави для звільнення від відповідальності відповідно до законодавства ЄС про захист прав споживачів. Разом із тим на сьогодні Facebook та Twitter ще повинні уточнити, що обмеження суми можливої компенсації застосовується тільки до суб'єктів комерційної діяльності, зареєстрованих у соціальних мережах, і не поширюється на споживачів. Не вирішеним на сьогодні є питання щодо видалення інформації (постів), розміщених користувачами, з можливістю оскарження такого видалення та повідомлення обґрунтованих причин таких дій. Так, Facebook погодився уточнити причини, які можуть призвести до вилучення згенерованого користувачами контенту, однак на сьогодні відсутнє належне закріплення підтвердження своїх зобов'язань щодо попереднього повідомлення користувача про видалення контенту та не уточнено процедуру оскарження такого видалення. Twitter, у свою чергу, погодився передбачити процедуру оскарження такого видалення, але не підтвердив своє зобов'язання щодо



попереднього повідомлення користувача про видалення та не видалив положення, що надають цій соціальній мережі необмежену владу щодо видалення згенерованого користувачами контенту.

Разом із тим на он-лайн платформи покладається обов'язок щодо оперативного видалення незаконного контенту. В той же час таке видалення не повинно перешкоджати притягненню до відповідальності осіб, що розмістили такий контент. Онлайн-платформи повинні повідомляти відповідні правоохоронні органи про такий контент з тим, щоб сповістити і дозволити відповідним органам проводити розслідування та судове переслідування осіб, які створюють такий контент. При цьому вони повинні дотримуватися вимог, передбачених Регламентом ЄС від 27 квітня 2016 р. № 2016/679 про захист персональних даних [8]. Ці правила також поширюються на комерційні повідомлення та пропозиції, які не відповідають вимогам законодавства ЄС про захист прав споживачів.

Нова редакція Регламенту СРС має два нові поняття — «поширене порушення та порушення з Союзним виміром». Перше з них стосується транскордонного порушення прав споживачів, що стосується двох держав-членів ЄС, а друге — інтересів 2/3 населення в ЄС в 2/3 країнах-членах. Ці нові поняття мають спрямовані на забезпечення ефективнішої реакції національних органів влади в державах-членах. У випадку порушень, що мають союзницький характер, Європейська комісія сама буде координувати необхідні заходи, щоб підтримувати зв'язок з відповідними національними органами щодо поглиблення механізмів захисту прав споживачів.

Регламент СРС також надає національним органам у державах-членах більше повноважень для забезпечення застосування законодавства ЄС у сфері захисту прав споживачів, включаючи право здійснювати таємні покупки, видаляти веб-сайти, які мають відповідні порушення, приймати рішення про відшкодування шкоди споживачу, вимагати від реєстраторів доменів, Інтернет-провайдерів та банків ідентифікації правопорушників. Зокрема, це стосується он-лайн реклами.

Національні органи влади також матимуть змогу діяти в разі минулих порушень (з урахуванням строку давності п'ять років), тоді як Регламент 2006 року лише передбачав механізм виконання судових рішень щодо поточних, поточних порушень.

Однак варто вказати, що Регламент СРС не змінює жодного основного закону про захист прав споживачів у частині повноважень органів влади, а також не вказує на те, яким чином такі органи повинні фактично виконувати вимоги цього споживчого законодавства. Швидше в Регламенті СРС визначаються заходи, які можуть застосувати національні органи влади, починаючи від посилення повноважень, про які йшлося вище, до повноважень запроваджувати тимчасові заходи у вигляді штрафів. На відміну від Загального Регламенту про захист даних («GDPR») [8], що вступить в силу з травня 2018 року, Регламент СРС не є обов'язковим у частині розміру таких штрафів.



Варто зазначити, що прийняття Регламенту СРС стало першим кроком у комплексі заходів, запропонованих Європейською комісією щодо удосконалення законодавства про захисту прав споживачів у сфері електронної комерції. Наступним кроком стало врегулювання питань, пов'язаних з гео-блокуванням. Комісією у Регламенті (ЄС) 2018/302 Європейського Парламенту та Ради від 28 лютого 2018 р. щодо усунення невинуватених гео-деструкцій блокування та інших форм дискримінації, що ґрунтуються на громадянстві клієнтів, місці проживання чи місці встановлення на внутрішньому ринку, та внесення змін до Регламентів (ЄС) № 2006/2004 та (ЄС) 2017/2394 та Директива 2009/22/ЄС [9] пропонується регулювання, яке дає змогу споживачам купувати продукти незалежно від їхнього місцезнаходження, національності без додаткової оплати.

У пропозиціях 2016 року про транскордонну доставку товарів високі ціни та незручності доставки транскордонних посилок були визначені як одна з найбільших перешкод для споживачів та роздрібних торговців, які хотіли б купувати та продавати продукцію в мережі Інтернеті в межах ЄС. Пропозиція Комісії спрямована на підвищення прозорості цін та регулювання нагляду за послугами міжнародних доставки посилок [10].

Європейська комісія також оновила рекомендації щодо недобросовісної комерційної діяльності відповідно до Директиви про нечесну комерційну практику (UCPD) [11]. Основна мета таких рекомендацій полягає в оновленні вимог про он-лайн фінансові послуги, особливості придбання пакетних подорожей у мережі (заборона прихованих або неоднозначних пропозицій додаткових послуг (наприклад, страхування подорожей), наданих онлайн-компаніями).

Підсумовуючи викладене, варто підкреслити особливу увагу з боку інституцій ЄС щодо врегулювання питань, пов'язаних із захистом прав споживачів в мережі Інтернет. Розробка нових правил та вимог до соціальних мереж, продавців продукції зумовлена потребами додаткового захисту споживачів, у тому числі за рахунок здебільшого транскордонного характеру таких відносин. Разом із тим посиленна увага до досліджуваних відносин передбачає потребу їх аналізу на національному рівні, особливо враховуючи факт постійного збільшення кількості он-лайн продажів через сайти з європейських країн. На жаль, національне законодавство на сьогодні не має ефективних механізмів такого захисту і визначає тільки загальні засади електронної комерції та не встановлює жодних вимог до соціальних мереж, через які може здійснюватися он-лайн продаж.

**Список використаних джерел**

1. Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council of 27 October 2004 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws (the Regulation on consumer protection cooperation). *Official Journal*. L 364. 9.12.2004. p. 1–11.
2. A Digital Single Market Strategy for Europe: Communication from the Commission to the European parliament, the Council, the European economic and social committee and the Committee of the regions. URL : <https://goo.gl/agYG7h> (Last accessed: 16.01.2018).
3. 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. *Official Journal*. L 345. 27.12.2017. p. 1–26.
4. Consumer protection cooperation. URL : <https://goo.gl/xS5QMJ> (Last accessed: 16.01.2018).
5. Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European economic and social committee and The committee of the regions «Tackling Illegal Content Online. Towards an enhanced responsibility of online platforms» URL : <https://goo.gl/krRtkT> (Last accessed: 16.01.2018).
6. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market («Directive on electronic commerce»). *Official Journal*. L 178. 17.7.2000. p. 1–16.
7. Common position of national authorities within the CPC Network concerning the protection of consumers on social networks. URL : <https://goo.gl/SXaUYY> (Last accessed: 16.01.2018).
8. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). *Official Journal*. L 119. 04.05.2016. p. 1–88.
9. Regulation (EU) 2018/302 of the European Parliament and of the Council of 28 February 2018 on addressing unjustified geo-blocking and other forms of discrimination based on customers' nationality, place of residence or place of establishment within the internal market and amending Regulations (EC) No 2006/2004 and (EU) 2017/2394 and Directive 2009/22/EC. *Official Journal*. L 60I. 02.03.2018. p. 1–15.
10. Proposal for a Regulation of the European parliament and of the Council on cross-border parcel delivery services. URL : <https://goo.gl/Amn4N8> (Last accessed: 16.01.2018).
11. Commission staff working document guidance on the implementation/application of Directive 2005/29/EC on unfair commercial practices accompanying the document communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European economic and social committee and the Committee of the regions a comprehensive approach to stimu-



lating cross-border e-Commerce for Europe's citizens and businesses URL :
<https://goo.gl/Mz7J1L> (Last accessed: 16.01.2018).

*Рекомендовано до друку кафедрою міжнародного та європейського права
Хмельницького університету управління та права
(протокол № 6 від 24 січня 2018 року)*

Надійшла до редакції 01.02.2018

Дыминская Е. Ю. Современные тенденции усиления защиты прав потребителей в сфере электронной торговли в ЕС

Проведено комплексное исследование особенностей правового регулирования защиты прав потребителей в сфере электронной торговли в ЕС. В рамках исследования обоснована целесообразность формирования новой концепции защиты прав потребителей на уровне ЕС, а также построения аналогичного правового поля в национальной правовой системе. Европейский Союз сегодня находится в процессе обновления механизмов защиты прав потребителей в сфере электронной торговли, которая затрагивает вопросы регулирования деятельности социальных сетей, требований к владельцам веб-сайтов, содержания информации о продукции, которая должна быть предоставлена потребителю, ответственности владельца онлайн платформы, где размещено неправомерное или ложную информацию. Основные нарушения прав потребителей в сфере электронной коммерции связаны с тем, что социальные сети ограничивают потребителей ЕС в подаче исков против них в странах своего постоянного проживания, в праве на отказ от договора, скрывается коммерческий характер сообщения и спонсируемый контент, ограничивается объем ответственности социальных сетей за нарушенные права, предусмотрена возможность удаления публикаций или другого контента, созданного пользователем, не обеспечен доступ пользователей к информации об услугах и национальных компетентных органах, через социальные сети реализуется контрафактная или неоригинальная продукция, распространенным также является мошенничество, связанное с оплатой потребителем приобретенной продукции.

Принятие Регламента СРС, который устанавливает ряд принципов для онлайн-платформ в сфере усиления борьбы с незаконным контентом в Интернете в сотрудничестве с национальными органами власти, государствами-членами и другими соответствующими заинтересованными сторонами, урегулирование вопросов, связанных с гео-блокированием, трансграничной доставкой посылок, недобросовестной коммерческой деятельностью представляет собой комплекс мер, предложенных Европейской комиссией по совершенствованию законодательства о защите прав потребителей в сфере электронной коммерции.

Ключевые слова: защита прав потребителей, электронная коммерция, Европейский Союз, социальные сети, единый цифровой рынок, защита персональных данных.



Dyminska O. Yu. Current Trends of Strengthening of Consumer Protection in the Sphere of E-commerce in the EU

The complex research of features of legal regulation of consumer protection in the sphere of electronic trading in the EU is conducted. Within the research, author proved the expediency of formation of the new concept of consumer protection in the EU and creation of the similar legal framework in national legal system. The European Union is in process of updating the mechanisms of consumer protection today in the sphere of e-commerce, which raises the questions of regulation of activity of social networks, requirements to websites owners, contents of information on production, which has to provide to the consumer, owner liability platform online where it placed illegal or false information. Author extended the main violations of the consumers rights in the sphere of e-commerce connected with the fact that social networks limit consumers of the EU in claiming against them in the countries of the full-time residence, in the right for refusal of the contract, the commercial character of the message and the sponsored content disappears, the volume of responsibility of social networks for the violated rights is limited, the possibility of removal of publications or other content created by the user is provided, access for users to information on services and national competent authorities isn't provided, through social networks the counterfeit or stereotyped products are sold, fraud, connected with payment by the consumer of the acquired production.

Adoption of Regulations of CPC, which establish a number of the principles for the on-line platforms in the sphere of strengthening of fight against illegal content on the Internet in a cooperation with national authorities, state members and other corresponding concerned parties, settlement connected with geo-blocking, cross-border parcel delivery services and unfair business activity, offered by the European Commission on enhancement of the consumer protection law in the sphere of electronic commerce.

Keywords: consumer protection, electronic commerce, European Union, social networks, single digital market, personal data protection.

