

Кепко В.М.

кандидат економічних наук, доцент,
Білоцерківський національний аграрний університет

Новікова В.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Білоцерківський національний аграрний університет

Стаднік Л.І.

кандидат економічних наук, доцент,
Білоцерківський національний аграрний університет

Кепко Valentyna, Novikova Victoria, Stadnik Leonid
Bila Tserkva National Agrarian University

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД

PROTECTION OF THE RIGHTS OF CONSUMERS OF NON-FOOD GOODS IN THE FIELD OF ELECTRONIC COMMERCE: EUROPEAN EXPERIENCE

У статті проаналізовано організаційно-економічні і правові аспекти формування та реалізації політики Європейського Союзу щодо захисту споживачької поведінки під час купівлі товарів непродовольчого призначення. Зазначено, що формування інформаційного суспільства призвело до виходу інформаційно-комунікаційних технологій на новий рівень, що дає змогу вирішувати складні економічні завдання. Указано, що одним із засобів здійснення і підтримки процесів інформатизації в економічному середовищі є електронна торгівля. Визначено місце споживача у системі електронних торговельних відносин. Досліджено європейський досвід із захисту прав споживачів у сфері електронної торгівлі. Резюмовано, що для вивчення питання захисту прав споживачів непродовольчих товарів у сфері електронної торгівлі значну увагу слід приділяти особливостям захисту прав споживачів у процесі електронних відносин відповідно до права Європейського Союзу на різних етапах розвитку відносин споживачів та контрагентів.

Ключові слова: торгівля, електронна торгівля, споживач, поведінка споживача, захист, комерція.

В статье проанализированы организационно-экономические и правовые аспекты формирования и реализации политики Европейского Союза по защите потребительского поведения при покупке товаров непродовольственного назначения. Отмечено, что формирование информационного общества привело к выходу информационно-коммуникационных технологий на новый уровень, что позволяет решать сложные экономические задачи. Указано, что одним из способов осуществления и поддержки процессов информатизации в экономической среде является электронная торговля. Определено место потребителя в системе электронных торговых отношений. Исследован европейский опыт по защите прав потребителей в сфере электронной торговли. Резюмировано, что для изучения вопроса защиты прав потребителей непродовольственных товаров в сфере электронной торговли, значительное внимание следует уделять особенностям защиты прав потребителей в процессе электронных отношений в соответствии с правом Европейского Союза на разных этапах развития отношений потребителей и контрагентов.

Ключевые слова: торговля, электронная торговля, потребитель, поведение потребителя, защита, коммерция.

Rapid and innovative development of scientific and technological progress in the field of electronics has become a prerequisite for intensive growth of informatization of all spheres of the national economy. The European Union, realizing that the consumer activity in the domestic market can have a positive impact on economic growth generally, considers him as an important participant in this market. The consumer policy of the European Union is aimed at supporting the interests of consumers and ensuring a high level of their protection. Under such conditions, the study of the issue of the European Union's practice on consumer protection in the field of e-commerce becomes especially relevant and requires further theoretical and methodological research. The article analyzes the organizational, economic and legal aspects of the formation and implementation of European Union policy to protect consumer behavior in the moment of the acquisition of non-food products. It is stated that The formation of the informational society has led to the output of information and communication technologies to the new level which allows to solve complex economic problems, both for individual commercial structures and on the national scale. Meanwhile, considerable part of the economy and business are becoming electronic and moving into the global Internet environment. It is indicated that one of the means of implementation and support of informatization processes in the economic environment is e-commerce. The place of the consumer in the system of electronic trade relations has been determined. The European experience of the consumer protection in the field of e-commerce has been studied. It was found that the consumer policy of the European Union is aimed at supporting the interests of consumers and ensuring a high level of theirs protection. It is summarized that to study the protection of consumer rights of non-food products in the field of e-commerce, considerable attention should be paid to the peculiarities of consumer protection in electronic relations in accordance with European Union law at different stages of consumer and covenantors relations.

Key words: trading, e-commerce, consumer, consumer behavior, protection, commerce.

Постановка проблеми. Стрімкий та інноваційний розвиток науково-технічного прогресу у сфері електроніки став передумовою інтенсивного нарощування процесів інформатизації усіх сфер народного господарства. Формування інформаційного суспільства призвело до виходу інформаційно-комунікаційних технологій на новий рівень, що дає змогу вирішувати складні економічні завдання як для окремих комерційних структур, так і в масштабах країни. При цьому значна частина економіки та бізнесу стає електронною і переміщується у глобальне середовище мережі Інтернет.

Європейський Союз, усвідомлюючи, що активність споживача на внутрішньому ринку може позитивно впливати на економічне зростання країни у цілому, розглядає його як важливого учасника цього ринку [1, с. 3]. Споживча політика Європейського Союзу спрямована на підтримку інтересів споживачів та забезпечення високого рівня їх захисту. За таких умов вивчення питання стосовно практики Європейського Союзу щодо захисту прав споживачів у сфері електронної торгівлі набуває особливої актуальності та потребує подальших теоретико-методичних розвідок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика ведення комерційної діяльності та розвитку торгівлі в сучасних умовах господарювання висвітлена у багатьох працях учених-економістів. Так, наприклад, П.О. Куцик, Л.Г. Медвідь, В.О. Шевчук, Д.О. Хариневич-Яворська вважають, що у процесі реформування економіки України відбуваються суспільно-економічні зміни, що стосуються широкого спектра видів діяльності та галузей, зокрема сфери оптової та роздрібно торгівлі, для якої визначальною є конкурентна поведінка окремих підприємств [2, с. 45].

С.П. Гаврилук вважає, що торгівля відіграє вагомий роль у формуванні конкурентного середовища, реалізації соціальної політики та ринкової орієнтації національної економіки, адже являє собою канал просування продукції до споживача [3, с. 74].

Т.О. Лагода, О.О. Красноруцький, Т.В. Власенко, О.О. Артеменко зазначають, що «необхідною умовою розвитку ринкової економіки в Україні є значне розширення підприємництва як особливого виду виробничо-господарської, комерційної, фінансової, консультативної, посередницької та інших видів діяльності, орієнтованої на досягнення успіху. Ринкове середовище спонукає підприємства до активності, спрямованої на отримання прибутку та максимізацію, тобто досягнення головної мети підприємницької діяльності. Організація роботи й ефективність підприємницької діяльності залежить не лише від докорінних перетворень господарюючих суб'єктів, а й від високої компетентності під час ведення бізнесу, що зумовлено підготовкою кваліфікованих підприємців (керівників, спеціалістів), здатних реалізовувати у своїй роботі вимоги ринкових відносин менеджменту та бізнесу» [4, с. 4].

«...У процесі ринкових перетворень, ускладнених такими явищами, як інфляція та підвищення цін, значно знизився рівень соціального захисту населення.

Зростає кількість скарг споживачів на незадовільну якість продукції, надання послуг та обслуговування. Окрім того, недостатньо реалізується право споживача на отримання необхідної йому достовірної інформації про товари, роботи, послуги, а також права споживачів бути почутими, захищеними та одержати відшкодування збитків за завдану шкоду. Не повною мірою до захисту прав споживачів в Україні залучені громадські організації та спілки, що й зумовлює актуальність вивчення захисту прав споживачів» – указує М.С. Машиністова [5, с. 126].

Разом із тим Р.Р. Байко, Л.І. Васильєва, М.М. Микієвич, І.М. Яворська проводили аналітичні дослідження щодо захисту прав споживачів у Європейському Союзі в контексті наближення українського законодавства до європейських стандартів [1, с. 1–12; 6, с. 42–46]. В.В. Безбах, А.Я. Капустін, В.К. Пучинський, П. Ларсон, О. Лисенко, О. Самчишин, О. Овчарук, М. Фролов вивчали питання захисту прав споживачів у Європейському Союзі та Україні [7, с. 400; 8, с. 36].

На основі проведеного аналізу науково-методичної літератури можна сказати, що вченими активно досліджуються питання споживацької поведінки. Але, незважаючи на значну кількість публікацій із даного напрямку, залишаються малодослідженими питання вивчення практики ЄС щодо захисту прав споживачів та реалізації позитивних напрацювань європейського досвіду в системі економічної діяльності України. Даний факт указує на потребу в додатковому вивченні цього питання.

Мета статті полягає у вивченні європейського досвіду щодо захисту прав споживачів у сфері електронної торгівлі.

Зважаючи на мету, основним завданням дослідження є аналіз політики Європейського Союзу щодо захисту споживацької поведінки під час купівлі товарів непродуктового призначення.

Виклад основного матеріалу. Одним із засобів здійснення і підтримки процесів інформатизації в економічному середовищі є електронна комерція (торгівля), яка дає змогу максимально ефективно здійснювати комерційні операції, оперативно реагувати на зміни ринку товарів та послуг, розширювати сфери впливу комерційних суб'єктів та посилювати їхні конкурентні переваги [9].

Учасниками електронної комерції є об'єкти (споживачі) та суб'єкти електронної комерції, постачальники послуг проміжного характеру в інформаційній сфері, органи державної влади та органи місцевого самоврядування в частині виконання ними функцій держави або місцевого самоврядування [10].

В Україні під терміном «споживач» розуміють фізичну особу, яка купує, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних із підприємницькою діяльністю чи виконанням обов'язків найманого працівника [11].

Споживач, згідно з правом Європейського Союзу, – це фізична особа, яка під час укладання контракту діє

в інтересах задоволення своїх особистих побутових потреб, не пов'язаних із здійсненням підприємницької діяльності. Споживачем визнається не лише особа, яка придбала товари (роботи, послуги), а й особа, яка лише має є намір це зробити [12].

Електронна комерція – суспільні відносини, що виникають під час укладання та/або виконання правочину з постачання електронних товарів та/або продажу/постачання товарів, виконання робіт, надання послуг/електронних послуг та/або здійснення інших дій, спрямованих на отримання прибутку, створення зобов'язань із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, якщо в результаті вказаних дій у учасників таких відносин виникають зобов'язання майнового характеру [10].

Основними принципами електронної комерції в Україні є:

- забезпечення вільної можливості здійснення підприємницької діяльності з використанням інформаційно-телекомунікаційних технологій;
- свобода вибору суб'єктами комерції електронних засобів для здійснення діяльності як одного з можливих способів ведення комерції;
- свобода вибору контрагента, а також видів та форм діяльності, пов'язаних із реалізацією товарів, виконанням робіт та наданням послуг в електронній комерції;
- свобода і забезпечення сумлінності конкуренції між суб'єктами електронної комерції;
- свобода здійснення електронних договорів;
- рівність і охорона прав учасників електронної комерції;
- суворе дотримання правових норм, які регламентують комерційну діяльність, ділової етики, а також прав та інтересів суб'єктів електронної комерції;
- забезпечення якості товарів, робіт та послуг, що реалізуються, у рамках електронної комерції;
- рівність юридичної сили правочинів, укладених із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, із правочинами, укладеними у іншій передбаченій чинним законодавством формі;
- забезпечення доступу до інформації і комерційних повідомлень у рамках електронної комерції та можливості обмежити їх надходження [10].

Споживча політика Європейського Союзу спрямована на підтримку інтересів споживачів та забезпечення високого рівня їх захисту, що підтверджується ст. 38 Хартії основних прав Європейського Союзу [13, с. 2]. Окрім того, згідно зі ст. 12 Договору про функціонування Європейського Союзу (ДФЄС), вимоги щодо захисту прав споживачів враховуються у визначенні та реалізації інших політик та дій Союзу [12, с. 49]. Цілями споживчої політики ЄС, відповідно до ч. 1 ст. 169 ДФЄС, є охорона здоров'я, безпеки та економічних інтересів споживачів, а також підтримка права споживачів на інформацію, просвіту та права на створення організацій для захисту інтересів споживачів [14, с. 51].

ДФЄС покладає відповідальність за досягнення цих цілей як на держави-члени, так і на Європейський Союз у цілому. Так, згідно з п. (f) ч. 2 ст. 4 ДФЄС, захист прав споживачів належить до так званої спільної компетенції ЄС та держав-членів. У цій сфері діє принцип субсидіарності, що закріплений у ч. 3 ст. 5 Договору про Європейський Союз, відповідно до якого ЄС діє «якщо та у такому обсязі, в якому держави-члени не можуть належним чином досягти цілей запропонованого заходу на центральному, регіональному або місцевому рівнях, а натомість це краще здійснити на рівні Союзу з огляду на масштаби або результати запропонованих заходів» [1, с. 9]. Тобто у сфері захисту прав споживачів компетенція ЄС лише доповнює компетенцію держав-членів. Так, принцип субсидіарності чітко прослідковується у формулюванні ч. 2 ст. 169 ДФЄС, згідно з якою Союз «робить внесок» у досягнення цілей споживчої політики шляхом ухвалення заходів згідно зі ст. 114 ДФЄС у контексті завершення формування внутрішнього ринку або заходів, що підтримують, доповнюють та контролюють політику, яку провадять держави-члени [15, с. 8].

Регулювання відносин у сфері захисту права споживачів досягається шляхом фактичного розвитку договірного права ЄС у двох напрямках: гармонізації та уніфікації [6, с. 42].

Регулювання споживчого сектору в Європейському Союзі можна розділити на дві загальні категорії: горизонтальні та галузеві директиви. Прикладами горизонтальних директив, що регулюють питання захисту прав споживачів непродовольчих товарів, є: Директива про загальну безпеку продукції 2001/95/ЄС; Директива про оманливу рекламу 97/55/ЄС з доповненнями, внесеними Директивою про порівняльну рекламу 84/450/ЄС; Директива про індикативні ціни 1998/6/ЄС; Директива про недобросовісні умови споживчих контрактів 93/13/ЄС і Директива про продаж непродовольчих товарів 99/44/ЄС. Прикладами галузевих директив є директиви про косметичні засоби 76/768/ЄС, про найменування текстильної продукції 96/74/ЄС, про комплексні тури 90/314/ЄС, про захист прав споживачів під час укладення договорів поза бізнес-приміщеннями 85/577/ЄС, про споживче кредитування 87/102/ЄС, про контракти за умов дистанційної торгівлі 97/7/ЄС, про вимірювальні прилади 2004/22/ЄС та про набуття права використання нерухомого майна протягом певного часу 94/47/ЄС [8, с. 7].

Значну увагу під час вивчення питання стосовно прав споживачів непродовольчих товарів у сфері електронної торгівлі слід приділяти особливостям їх (споживачів) захисту у процесі електронних відносин відповідно до права Європейського Союзу на різних етапах розвитку відносин, зокрема питанням відносин споживачів та контрагентів.

Виділяють: інформацію, яку необхідно подати до того, як буде укладено договір; інформацію, яка надається при укладенні договору і після цього. Це питання по-різному вирішується різними актами вто-

ринного права. Початок регулювання укладення угод дистанційно на основі використання електронних засобів комунікації поклали Директива 85/577/ЄС від 20.12.1985 про захист споживача в разі укладення договорів поза приміщенням, де здійснюється підприємницька діяльність, а також Директива 97/7/ЄС Європейського парламенту та Європейської Ради споживачів від 20.05.1997 про захист споживача в разі укладення контрактів на відстані та Директива 97/66/ЄС від 15.12.1997, яка регламентує питання, пов'язані з використанням персональних даних і захистом недоторканності приватного життя у сфері телекомунікацій (пізніше у зв'язку зі значними технологічними змінами на ринку електронного зв'язку було прийнято рішення про розроблення нового нормативного акту. Було прийнято Директиву 2002/58/ЄС) [16].

Положення Директиви 2005/29/ЄС від 11.05.2005 про недобросовісну комерційну практику по відношенню до споживачів на внутрішньому ринку націлені на захист права споживача на свободу вибору продукції та послуг і укладення договору. Так, у ст. 2 (d) Директиви відображено поняття комерційних відносин, на які поширюються її положення; у ст. 2 (e) як вагомий вплив на економічну поведінку споживача розглядається використання в комерційній діяльності засобів і методів, що обмежують можливість споживача прийняти обдумане рішення щодо купівлі товару (продукту, послуги).

Разом із тим ст. 5 Директиви 2005/29/ЄС містить заборону на заняття недобросовісною комерційною діяльністю. Згідно з даною Директивою, комерційна діяльність визнається недобросовісною у разі коли: 1) не відповідає вимогам професійної етики; 2) призводить до змін в економічній поведінці споживача/групи споживачів, на якого/яких дана діяльність спрямована [17].

У Директиві 2000/31/ЄС розглянуто питання відповідальності постачальників послуг, які виступають як посередники. Директивою передбачено формування й забезпечення використання швидких і надійних шляхів щодо усунення неправдивої інформації та закриття доступу до неї шляхом укладення угод між усіма зацікавленими сторонами і підтримка з боку держав – членів ЄС [18].

Для ефективної реалізації прав і свобод споживачів на внутрішньому ринку важливим є створення системи гарантій їх захисту незалежно від місця знаходження та способу укладення договору, порядку передачі товару (результатів виконаних робіт, наданих послуг) тощо.

Розрізняють такі принципи захисту прав споживачів: право споживачів на інформаційний захист, що полягає у наданні споживачеві чіткої і зрозумілої інформації та її змін у письмовому вигляді.

Права споживача отримувати цікаву для них інформацію, у т. ч. й до моменту укладення договору, гарантуються положеннями як споживчих програм ЄС, актів вторинного права, так і установчих договорів на державному рівні. Зважаючи на розповсюдження та використання інновацій НТП і неможливість безпосе-

редньо оцінити якість товарів (робіт, послуг), споживач має право на отримання інформації про виробника та продавця, а також інформації про продукти (послуги, роботу), умови укладення договору тощо. Так, до укладення договору повинна бути надана не лише інформація (об'єктивна, повна) про ціну, товар, а й чітке інформування про порядок припинення договору. Як, наприклад, це передбачено Директивою 94/47/ЄС та Директивою 90/314/ЄС. У разі надання послуг Директива про захист персональних даних та Директива про дистанційні договори під час дистанційної торгівлі виділяють також принцип надання явно вираженої згоди, яка надається споживачем із метою укладення такого договору [6, с. 42].

Для того щоб зробити інформацію доступною для споживачів, потрібно значну увагу приділити проблемі розширення «точок доступу» до неї. У більшості європейських країн для цього створено комунікаційні системи з надання таких відомостей через вебпортали, журнали та інші ЗМІ, європейські споживчі центри, громадські дорадчі бюро (такі організації частково фінансує уряд, вони існують, наприклад, у Великій Британії, Ірландії та Польщі), інформаційні компанії, інформаційні та консультативні відділи органів місцевої влади тощо.

В Україні відомості для споживачів можна подавати через спеціальні «офіси споживчої інформації». Такі офіси можуть бути як державними, так і недержавними. В офісах споживчі радники не лише надають інформацію, а й діють як перша інстанція у разі виникнення спорів між споживачами та підприємствами. Споживчі радники розв'язують близько 70% усіх спорів. В Україні можна було б створити й неурядову систему, подібну до британської системи Громадських дорадчих бюро (ГДБ), які значною мірою розвиваються за рахунок добровільних внесків і лише частково фінансуються урядом. ГДБ діють як своєрідна система переадресації клієнтів, а також як мережа розповсюдження інформації про права споживачів [8, с. 4].

Також у Європі створено Міжнародну мережу забезпечення захисту прав споживачів (ММЗПС – ICPEN). Її мета – посилення та вдосконалення законодавства щодо захисту прав споживачів (окрім безпеки продукції та економічних нормативів фінансових закладів). Двічі на рік учасники мережі проводять збори, на яких обговорюють проблеми забезпечення прав споживачів, обмінюються інформацією та вдосконалюють співпрацю між країнами-учасницями.

ЄС забезпечує гармонізовані стандарти, які виробники можуть використовувати для виконання вимог, що містяться у директивах. Формально використання Гармонізованих стандартів є добровільним. Іншими словами, виробники можуть вибирати, використовувати гармонізований стандарт чи не гармонізований для забезпечення ключових вимог. Разом із тим якщо виробник використовує гармонізований стандарт, уважається, що він виконує вимоги закону. Навпаки, використання негармонізованого стандарту накладає додаткові

зобов'язання. Використання інших стандартів, окрім гармонізованих, покладає на виробника необхідність представлення доказів того, що продукція відповідає ключовим вимогам. Гармонізовані стандарти – це стандарти, які відповідають європейському законодавству. Дані стандарти розроблено європейськими органами зі стандартизації і затверджено Європейською Комісією, вони забезпечують основні вимоги директив до нового підходу. Європейська система Гармонізованих стандартів передбачає, що стандарти загальноєвропейського рівня можуть розробляти три органи стандартизації: Європейський комітет стандартизації (ЄКС – CEN), Європейський комітет електротехнічної стандартизації (ЄКЕС – CENELEC) та Європейський інститут телекомунікаційних стандартів (ЄІТС – ETSI) [8, с. 13].

Висновки. Досвід Європейського Союзу в галузі регулювання захисту прав споживачів у сфері електронної торгівлі є корисним як для певних міжтериторіальних інтеграційних утворень, так і для країн, економіка яких розвивається. Таким чином, вироблені в рамках Європейського Союзу норми, що регулюють права споживачів, представляють значний практичний інтерес і для України.

Правовий захист споживачів в Україні, зокрема ті нормативно-законодавчі акти, які вже існують, і ті, що знаходяться на стадії розроблення, на разі лише фрагментарно регулюють питання захисту прав споживачів під час здійснення електронної торгівлі. Суттєвого доопрацювання як з економічного, так і з законодавчого

погляду потребують питання врегулювання дистанційного надання послуг та виконання робіт; не закріплено право споживача на відмову від укладеного електронного договору та відшкодування витрат, пов'язаних зі споживанням неякісних продуктів чи послуг, отриманих шляхом онлайн-купівлі; не врегульовано питання повернення товару неналежної якості (плата за пересилку і т. п.), належного опису товару чи послуги, представлених на сайті продавця, тощо.

Безумовно, досвід ЄС у регулюванні даних відносин не варто бездумно копіювати, але його варто інкорпорувати з урахуванням особливостей нашої держави та існуючих реалій.

Короткий огляд захисту прав споживачів у сфері електронної торгівлі в Європейському Союзі показує, наскільки багатограними та непростими є питання даного напрямку. Саме тому для належного виконання Україною її міжнародних та правових зобов'язань щодо наближення національного законодавства до відповідних європейських стандартів необхідним є врахування особливостей та аспектів економіко-правового регулювання цієї сфери в ЄС на всіх етапах апроксимації, не лише під час транспозиції, тобто нормативно-правового приведення законодавства у відповідність до вимог права, а й у процесі практичного впровадження європейських вимог та стандартів (імплементации), а також у рамках забезпечення їх дотримання [1, с. 12]. Зважаючи на вказане, на нашу думку, подальші дослідження слід проводити у напрямі вивчення даного питання.

Список літератури:

1. Байко Р.Р., Васильєва Л.І. Захист прав споживачів в Європейському Союзі в контексті наближення українського законодавства до європейських стандартів. *Офіс з фінансового та економічного аналізу у ВРУ*. 2020. С. 1–12.
2. Діяльність торговельних підприємств у конкурентному середовищі: контрольно-аналітичне забезпечення системи управління : монографія / П.О. Куцик та ін. Чернівці : Технодрук, 2015. 370 с.
3. Гаврилюк С.П. Конкурентні переваги як основа розробки стратегії торговельних підприємств. *Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України*. 2001. № 4. С. 74–80.
4. Організація підприємницької діяльності: методичні рекомендації для підготовки до практичних занять та тестового контролю знань / Т.О. Лагода та ін. Харків : ХНТУСГ, 2006. 57 с.
5. Машиністова М.С. Особливості захисту прав споживачів на сучасному етапі розвитку цивільного законодавства. *ЛОГОС. Мистецтво наукової думки*. 2018. № 1. С. 126–129.
6. Микієвич М.М., Яворська І.М. Правові форми та механізми захисту прав споживачів в рамках Європейського союзу. *ScienceRise: Juridical Science*. 2017. № 1(1). С. 42–46.
7. Безбах В.В., Капустин А.Я., Пучинский В.К. Право Европейского Союза: правовое регулирование торгового оборота : учебное пособие. Москва : Зерцало, 2000. 400 с.
8. Захист прав споживачів в Європейському Союзі та Україні : аналітичний звіт / П. Ларсон та ін. *Проект Європейського Союзу та Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй*, 2017. 36 с. URL: <http://www.consumerinfo.org.ua/upload/iblock/377/ConsumerProtectionReport-ua.pdf> (дата звернення: 13.01.2021).
9. Пояснювальна записка до проекту закону України «Про електронну комерцію» від 17.06.2013. *Офіційний вебпортал Верховної Ради України*. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=52409 (дата звернення: 13.01.2021).
10. Закон України «Про електронну комерцію». *Відомості Верховної Ради*. 2015. № 45. Ст. 410. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 13.01.2021).
11. Шемшученко Ю.С. Споживач: Юридична енциклопедія. Т. 5. Київ : Українська енциклопедія ім. М.П. Бажана, 2003. С. 527.
12. Regulations, Directives and other acts. *Official website of the European Union*. 2021. URL: https://europa.eu/european-union/law/legal-acts_en (дата звернення: 13.01.2021).
13. Хартія основних прав Європейського Союзу. *Офіційний вісник ЄС*. 2000. № 364. С. 1–22.
14. Договір про функціонування Європейського Союзу (консолідована версія 2012). *Офіційний вісник ЄС*. 2012. № 326. С. 47–390.

15. Договір про Європейський Союз. *Офіційний вісник ЄС*. 1992. № 191. С. 1–112.

16. Додаток XXXIX до глави 20 «Захист прав споживачів» розділу V «Економічне і галузеве співробітництво». *Євроінтеграційний портал*. 2021. URL: <https://eu-ua.org/tekst-uhody-pro-asotsiatsiiu/dodatky-rozdil-v/zakhyst-prav-spozhyvachiv> (дата звернення: 13.01.2021).

17. Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council, «Concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive». *Official Journal of the European Union*. 2005. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029> (дата звернення: 13.01.2021).

18. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce). *Official Journal of the European Union*. 2000. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32000L0031> (дата звернення: 13.01.2021).

References:

1. Baiko R.R., Vasylieva L.I. (2020) Zakhyst prav spozhyvachiv v Yevropeiskomu Soiuzi v konteksti nablyzhennia ukrainskoho zakonodavstva do yevropeiskykh standartiv [Consumer protection in the European Union in the context of approximation of Ukrainian legislation to European standards]. *Ofis z finansovoho ta ekonomichnoho analizu u VRU*, pp. 1–12.

2. Kutsyk P.O., Medvid L.H., Shevchuk V.O., Kharynovych-Yavorska D.O. (2015) Diialnist torhovelnykh pidpriemstv u konkurentnomu seredovyshchi: kontrolno-analitychne zabezpechennia systemy upravlinnia [Activity of trade enterprises in a competitive environment: control and analytical support of the management system]. Chernivtsi: Tekhnodruk.

3. Havryliuk S.P. (2001) Konkurentni perevahy yak osnova rozrobky stratehii torhovelnykh pidpriemstv [Competitive advantages as a basis for developing the strategy of commercial enterprises]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy*, no. 4, pp. 74–80.

4. Lahoda, T.O., Krasnorutskiy, O.O., Vlasenko, T.V., Artemenko, O.O. (2006). Orhanizatsiia pidpriemnytskoi diialnosti: metodychni rekomendatsii dlia pidhotovky do praktychnykh zaniat ta testovoho kontroliu znan [Organization of entrepreneurial activity: methodical recommendations for preparation for practical classes and test control of knowledge]. Kharkiv: KhNTUSH.

5. Mashynistova M.C. (2018) Osoblyvosti zakhystu prav spozhyvachiv na suchasnomu etapi rozvytku tsyvilnoho zakonodavstva [Features of consumer protection at the present stage of development of civil law]. *Naukovyi zhurnal «ЛЮГОС. Mystetsivo naukovoï dumky»*, no. 1, pp. 126–129.

6. Mykiiievych M.M., Yavorska I.M. (2017) Pravovi formy ta mekhanizmy zakhystu prav spozhyvachiv v ramkakh Yevropeiskoho soiuzu [Legal forms and mechanisms of consumer protection within the European Union]. *Journal «ScienceRise: Juridical Science»*, vol. 1, no. 1, pp. 42–46.

7. Bezbah V.V., Kapustin A.Ja., Puchinskij V.K. (2000) *Pravo Evropejskogo Sojuza: pravovoe regulirovanie torgovogo oborota* [European Union law: legal regulation of trade turnover]. Moscow: Zercalo.

8. Larson P., Lysenko O., Samchyshyn O., Ovcharuk O., Frolov M. (2017) Zakhyst prav spozhyvachiv v Yevropeiskomu Soiuzi ta Ukraini: analitychnyi zvit [Consumer protection in the European Union and Ukraine: an analytical report]. *Proekt Yevropeiskoho Soiuzu ta Prohramy rozvytku Orhanizatsii Obiednanykh Natsii*. Available at: <http://www.consumerinfo.org.ua/upload/iblock/377/ConsumerProtectionReport-ua.pdf> (accessed 13 January 2021)

9. The Verkhovna Rada of Ukraine (2013). The Law of Ukraine «On e-commerce»: Explanatory note. Available at: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=52409 (accessed 13 January 2021).

10. The Verkhovna Rada of Ukraine (2015). The Law of Ukraine «On e-commerce». Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (accessed 13 January 2021).

11. Shemshuchenko Yu.S. (2003) *Spozhyvach: Yurydychna entsyklopediia* [Consumer: Legal Encyclopedia]. Kyiv: Ukrainska entsyklopediia M.P. Bazhana.

12. European Union. Regulations, Directives and other acts, 2021. *Official website*. Available at: https://europa.eu/european-union/law/legal-acts_en (accessed 13 January 2021)

13. Khartiia osnovnykh prav Yevropeiskoho Soiuzu [Charter of Fundamental Rights of the European Union]. *Ofitsiinyi visnyk EU*, no. 364. pp. 1–22.

14. Dohovir pro funktsionuvannia Yevropeiskoho Soiuzu (konsolidovana versiiia 2012) [Treaty on the Functioning of the European Union (consolidated version 2012)]. *Ofitsiinyi visnyk EU*, no. 326. pp. 47–390.

15. Dohovir pro Yevropeyskyi Soiuz [Treaty on European Union]. *Ofitsiinyi visnyk EU*, no. 191, pp. 1–112.

16. European integration portal. «Annex XXXIX to Chapter 20 «Consumer Protection» of Section V «Economic and Sectoral Cooperation». *Official website*. Available at: <https://eu-ua.org/tekst-uhody-pro-asotsiatsiiu/dodatky-rozdil-v/zakhyst-prav-spozhyvachiv> (accessed 13 January 2021).

17. Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council, «Concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive». *Official Journal of the European Union*. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029> (accessed 13 January 2021).

18. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce). *Official Journal of the European Union*. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32000L0031> (accessed 13 January 2021).