

*И.Б. Тимошенко, канд. экон. наук, доцент  
УО «Белорусский государственный экономический университет»  
Минск (Беларусь)*

## **ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ**

Современный этап развития отношений между сферой производства товаров, услуг и сферой потребления, указывает на преобладающее, доминирующее значение сообщества потребителей. Понятие «персонализация» (customization) прочно входят в обиход и определяют доминанту научно-технического прогресса в производстве и на рынке потребительских товаров и услуг.

Именно интересы потребителя должны являться основным аспектом регулирования взаимоотношений рыночных сил в рамках социально-потребительского комплекса. Отечественное законодательство, регулирующее эту сферу, достаточно запутано, представлено различными законодательными актами, не отслеживающими в полной мере происходящих перемен в эпоху формирования цифровой экономической модели общества. Высказываются мнения о том, что только принятие кодекса, защищающего права потребителей, приведет законодательство в столь необходимое соответствие.

Рассмотрим некоторые аспекты международного законодательного регулирования, закрепляющего права покупателей и оказывающего прямое влияние на права потребителей и поведение других заинтересованных сторон на потребительском рынке.

Во многих странах Европы давно созданы различные институты по защите прав потребителей. А соответствующие кодексы действуют, например, в Италии и Франции. В Англии, Бельгии, Швейцарии разветвлена сеть обществ по защите прав потребителей, главная цель которых – выражать мнение потребителей. Они предоставляют информацию потребителям и выступают от их имени в различных организациях, выполняют посреднические функции, выступают с исками в судах от имени потребителей в случаях нарушения их прав.

Во Франции еще декретом от 1 декабря 1986 года установлен принцип свободы цен, но с целью защиты прав потребителей в нём имеется и вносится ряд оговорок. Так, например, запрещается использование дискриминационных цен и «лавинной продажи», при которой покупателю предоставляется скидка, если он найдёт других покупателей на аналогичный товар. Это рассматривается как мошенничество и карается законом. А продажи товаров с уценкой, распродажи и продажи с выставок требуют предварительного разрешения мэрии.

Во многих странах существуют специальные законодательства по защите прав потребителей, в некоторых эти функции выполняют статьи гражданских кодексов. Во Франции таким учреждением является Министерство по делам потребителей, в Великобритании – Ведомство генерального директора по вопросам частной торговли, в США – Федеральная комиссия по торговле.

В рамках ЕС защиту прав потребителей осуществляют различные ассоциации потребителей: Европейское бюро потребителей, служба при Европейской комиссии, консультативный комитет потребителей. Все споры по вопросам защиты прав потребителей, как правило, решаются с помощью внесудебных, согласительных процедур.

Европейская Комиссия создала Сеть Европейских Центров Потребителей (ECC-Net), состоящую из 29 Центров (в странах-членах ЕС, Норвегии и Исландии), сотруд-

начающих между собой с целью предоставления потребителям информации о покупках за рубежом, а также помочь потребителям найти решения в спорах с зарубежными коммерсантами в сфере Интернет-торговли.

Деятельность и услуги ECC-Net включают:

- предоставление информации о покупках за рубежом и обеспечение знания потребителями своих прав. Так же ECC-Net предоставляет информацию о правах потребителей в ЕС и в собственной стране;
- предоставление консультаций и поддержки для любого потребителя, испытывающего проблемы при покупках за рубежом;
- помощь потребителю для достижения соглашения – положительного решения – с коммерсантом в проблемной ситуации или споре;
- участники ECC-Net сотрудничают, организуя совместные проекты, в рамках которых исследуются сферы, которые вызывают или могут вызывать трудности у потребителей. Так, например, организуются совместные проекты в сфере прав авиапассажиров и электронной коммерции, с указанием основных существующих в Европе проблем;
- для потребителей доступна форма для зарубежных жалоб, при заполнении которой на домашней страничке участника ECC-Net, жалоба потребителя автоматически отправляется и регистрируется в общей базе данных зарубежных жалоб IT-Tool.

ECC-Net сотрудничает также с другими созданными в ЕС сетями, например SOLVIT, которая является альтернативным механизмом Европейского экономического пространства для решения проблем внутреннего рынка и часто рассматриваемые проблемы связаны с видом на жительство, пересечением границ, признанием профессиональной квалификации и образования, взаимным признанием товаров, свободой предпринимательской деятельности, несправедливыми условиями в конкурсах на государственные закупки, которые дискриминируют претендентов или товары из других стран-членов ЕС. Так же ECC-Net сотрудничает с FIN-Net, которая является сетью для решения проблем финансовых услуг.

Можно выделить следующие базовые положения, регулируемые на наднациональном уровне, защищающие потребителей в ЕС.

- Согласно нормативным актам ЕС, потребитель имеет право подать жалобу в течение двух лет со дня покупки товара. Продавец или производитель не вправе сократить этот срок.
- Если продавец или производитель товара дают гарантию, это значит, что покупателю предоставляются дополнительные возможности к тому, что в течение двух лет он имеет законное право обратиться к продавцу со своими исковыми требованиями.
- Производитель может предоставить гарантию европейского масштаба и при необходимости ремонт товара может быть произведен у дилера данной компании в стране проживания покупателя.
- В случае отказа продавца на жалобу покупателя необходимо обратиться в Европейский центр информирования потребителей.

Регулируется и право отказа от приобретенного товара.

Директива 97/7/ЕК определяет, что потребитель он-лайн услуг в течение не менее семи рабочих дней без каких-либо штрафных санкций и не указывая каких-либо оснований имеет право отказаться от заказанного товара. Единственно, что можно требовать от потребителя, если он воспользовался своим правом отказа, это оплату прямых

расходов, связанных с возвратом товара. Директива обеспечивает минимальный уровень требований правового урегулирования, и в каждой отдельной стране-участнице ЕС такое урегулирование может быть более, но никак не менее благоприятным для прав потребителя, чем предусмотрено Директивой. Правом отказа можно воспользоваться в течение 7 календарных дней, если стороны не условились о более продолжительном сроке.

Право отказа не распространяется на:

- договоры, заключенные посредством торговых автоматов или автоматизированных торговых мест;
- договоры, заключенные с оператором телекоммуникационной связи, используя платные общественные телефоны;
- договоры, заключенные на аукционе;
- договоры, связанные с доставкой продуктов питания, напитков или других бытовых товаров, предназначенных для немедленного потребления у потребителя дома, на работе или в другом месте, если товары постоянно поставляет торговый агент;
- договоры по предоставлению жилья или транспортных услуг, или связанные с питанием или развлекательными мероприятиями, если продавец или поставщик услуг, согласно заключенному договору, обязуется оказать услуги в определенный день или в определенный период времени.

Директива определяет, что если потребитель использует свои права на отказ, Интернет-магазин обязан безвозмездно вернуть уплаченные потребителем суммы. Такой возврат должен быть произведен в самые кратчайшие сроки, но в любом случае в срок не более 30 дней.

Регулируются и условия поставки товара.

Интернет-магазин обязан выполнить заказ не позже чем в течение 30 дней со дня отправки потребителем заказа в магазин. Если потребитель уже сделал покупку, но оказалось, что этого товара в продаже уже не имеется, продавец обязан уведомить покупателя и вернуть деньги в течение 30 дней.

Среди советов, как избежать мошенничества в Интернете, даются следующие. Одним из характерных признаков доверительности (известны также как знаки качества) является размещение на домашней странице Интернет-магазина электронной метки (electronic label). Чаще всего такие метки размещаются с целью информировать о том, что магазин соблюдает кодекс поведения, чтобы посетитель сайта был уверен в том, что этому конкретному Интернет-магазину можно доверять.

В настоящий момент единственным значимым знаком доверительности в Европейском Союзе в отношении электронной коммерции является метка Euro-Label. Эта метка создана при финансовой поддержке Европейской Комиссии. Euro-Label гарантирует, что продукт, продаваемый компанией, действительно существует, условия продажи четко определены и доступны на домашнем сайте, продавец соблюдает законы и обеспечивает защиту данных, после заказа товар будет доставлен, а в случае каких-либо проблем имеется разработанная процедура решения споров.

В случае возникновения проблем у покупателя, связанных с приобретением товара, одним из способов решения проблемы является подача жалобы (однако, лишь в том случае, если конкретная страна является участником проекта).

Econsumer.gov – это международная сеть оперативной связи, созданная в 2001 г. с целью решения возникающих споров, противостояния международному мошенни-

честву и завоевания доверия потребителей к покупкам, осуществляемым путем прямой связи. На первом этапе в проекте участвовало 13 стран, в настоящее время – 24 страны. В основе проекта две составляющих: международный Интернет-сайт и доступ к Интернет-сайту конкретного учреждения. Публично доступный Интернет-сайт позволяет потребителю опубликовать свою международную претензию, которая, посредством базы данных жалоб потребителей Федеральной Торговой Комиссии Соединенных Штатов Америки (U.S. Federal Trade Commission), направляется в соответствующее учреждение страны, являющейся участником данного проекта. Если спор не удалось урегулировать альтернативными методами решения претензий, потребитель может воспользоваться Европейской Процедурой удовлетворения Требований Небольшого объема.

Еще одним перспективным направлением решения споров между покупателями и продавцами является система Альтернативного решения споров (ADR) – это термин, применяемый для обозначения различных механизмов решения споров без прямого привлечения к решению спора суда или государственного ведомства.

Потребитель считается более «слабой» стороной договора, его финансовые и другого рода ресурсы для эффективного решения спора несравнимы с возможностями коммерсанта. Следует учитывать также и то обстоятельство, что зачастую приобретаются товары весьма небольшой стоимости, что является основной причиной, сдерживающей потребителя от решения спора в общем гражданско-правовом порядке. В таком случае, столкнувшись с фактом невыполнения договора, возможности потребителя в защите своих прав очень ограничены. Потребитель и экономически, и духовно находится в более слабой позиции чем коммерсант, поэтому весьма вероятно, что при решении спора в судах общей юрисдикции потребитель проиграет процесс. Для уравнивания возможностей сторон потребитель должен выбрать наиболее приемлемый для себя механизм решения споров. Таким механизмом являются альтернативные виды решения споров.

В отличие от традиционного судопроизводства альтернативные виды решения споров предлагают потребителю следующие существенные преимущества:

- процесс является легко доступным, часто ведется в обход бюрократических форм, присущих судопроизводству;
- процесс можно начать в электронном виде независимо от того, где стороны находятся;
- для большинства имеющихся видов ADR процесс потребителям доступен бесплатно или плата определена пропорционально стоимости оспариваемого товара;
- потребитель имеет право использовать схемы ADR, не прибегая к какой-либо иной юридической помощи;
- рекомендации, изданные Европейской Комиссией, содержат принцип, согласно которому решение ADR должно быть принято быстрее, чем это случилось бы в суде первой инстанции, следовательно процесс обеспечивает относительно быстрое рассмотрение спора.

Вместе с тем единственной организацией, созданной согласно рекомендациям Европейской Комиссии ЕК 98/257 и ЕК 2001/310, является Центр защиты прав потребителей, который находится в подчинении Министерства Экономики, реализуемого в форме надзора.