

О. А. Чугаєв

ЄВРОПЕЙСЬКЕ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

О. А. Чугаєв

ЄВРОПЕЙСЬКЕ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ

Навчальний посібник



УДК 339.923:061.1ЄС:338(477))(075.8)
483

Рецензенти:

д-р екон. наук, проф. В. А. Вергун,
д-р екон. наук, доц. П. В. Дзюба,
д-р екон. наук, проф. А. О. Старостіна

*Рекомендовано до друку вченою радою
Інституту міжнародних відносин
(протокол № 6 від 28 січня 2020 року)*

*Ухвалено науково-методичною радою
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол № 2-20 від 18 травня 2020 року)*

Чугаєв О. А.

483 Європейське бізнес-середовище : навч. посіб. / О. А. Чугаєв. –
К. : ВПЦ "Київський університет", 2020. – 183 с.

ISBN 978-966-933-100-7

Досліджено регулювання заснування і функціонування бізнесу у країнах Європейського Союзу (ЄС) та багатьох складових єдиного ринку ЄС, зокрема захист прав споживачів, технічне регулювання, особливості регулювання виробництва і торгівлі продуктами харчування, промисловими продуктами, послугами.

Для студентів і викладачів закладів вищої освіти, фахівців компаній у сфері зовнішньоекономічної діяльності, державних службовців і споживачів в умовах реформування регулювання бізнесу в Україні з наближенням до норм ЄС.

За підтримки програми ЄС Еразмус+ у межах проєкту Центру досконалості Жана Моне № 611625-EPP-1-2019-1-UA-EPPJMO-CoE "Поглиблений розвиток європейських студій в Україні: міждисциплінарний підхід".

Підтримка Європейською комісією (ЄК) створення цієї публікації не передбачає підтримку її змісту, що відображає думку тільки автора. ЄК не може нести відповідальність за будь-яке використання інформації, що тут міститься.

With the support of the Erasmus+ Programme of the European Union within the Jean Monnet Centre of Excellence Project № 611625-EPP-1-2019-1-UA-EPPJMO-CoE "Advancing European Studies in Ukraine: Interdisciplinary Approach".

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors. The Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

УДК 339.923:061.1ЄС:338(477))(075.8)

ISBN 978-966-933-100-7

© Чугаєв О. А., 2020
© Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
ВПЦ "Київський університет", 2020

ПЕРЕДМОВА	7
------------------------	---

ГЛАВА 1. Регулювання основних аспектів функціонування бізнесу у країнах ЄС: передовий досвід і напрями реформування	9
1.1. Заснування бізнесу	10
1.2. Реєстрація нерухомості	13
1.3. Дозвіл на будівництво	15
1.4. Приєднання до електромереж.....	17
1.5. Одержання кредиту	18
1.6. Захист міноритарних інвесторів.....	20
1.7. Сплата податків.....	21
1.8. Регулювання ринку праці.....	23
1.9. Урегулювання суперечок щодо виконання контрактів.....	24
1.10. Процедури розв'язання проблем неплатоспроможності.....	25

ГЛАВА 2. Основи корпоративного права ЄС	28
2.1. Компанії з обмеженою відповідальністю	28
2.2. Пропозиції щодо придбання компаній	32
2.3. Права акціонерів компаній у лістингу	33
2.4. Приватні компанії з обмеженою відповідальністю з одним власником	34
2.5. Європейська компанія як форма організації бізнесу.....	35
2.6. Європейські об'єднання з економічних інтересів	38
2.7. Забезпечення вчасності платежів	39
2.8. Звітність компаній	40

ГЛАВА 3. Захист прав споживачів у ЄС	43
3.1. Гарантії на товари.....	43
3.2. Відповідальність за дефектну продукцію.....	47

3.3. Дистанційні контракти та контракти, укладені поза діловими приміщеннями.....	48
3.4. Недобросовісні торговельні методи.....	55
3.5. Реклама, що вводить в оману, і порівняльна реклама	57
3.6. Недобросовісні умови контракту	58
3.7. Геоблокування	60
3.8. Зазначення цін.....	61
3.9. Урегулювання суперечок у сфері прав споживачів.....	61
3.10. Захист прав споживачів й Угода про асоціацію між Україною і ЄС	63

ГЛАВА 4. Технічне регулювання в ЄС.....

4.1. Еволюція технічного регулювання в ЄС і сфери гармонізації	64
4.2. Випуск продукції на ринок	65
4.3. Новий підхід до технічної гармонізації і Глобальний підхід до оцінки відповідності	66
4.4. Європейські організації зі стандартизації	68
4.5. Національне технічне регулювання і вільний рух товарів	69
4.6. Безпека продукції.....	70
4.7. Спільна система маркетингу продукції	73
4.8. Акредитація і ринковий нагляд	77
4.9. Міжнародні аспекти законодавства ЄС у сфері технічного регулювання	79
4.10. Інформація про технічні вимоги.....	80
4.11. Технічне регулювання й Угода про асоціацію між Україною та ЄС	81

ГЛАВА 5. Екологічні та галузеві аспекти технічного регулювання продажу

промислової продукції.....	84
5.1. Екомаркування.....	84
5.2. Енергомаркування	86
5.3. Екодизайн приладів, що використовують енергію	87

5.4. Упаковка і відходи упаковки.....	88
5.5. Машини та механізми	89
5.6. Електричне обладнання.....	91
5.7. Безпека дітей та іграшки	91
5.8. Назви та маркування текстильних волокон.....	94
5.9. Косметичні вироби	95
5.10. Хімічні речовини і суміші.....	97
5.11. Будівельні матеріали	99
5.12. Подальші тенденції регулювання торгівлі промисловими товарами	100
ГЛАВА 6. Регулювання продажу продуктів харчування.....	102
6.1. Загальні принципи та вимоги до безпечності продуктів харчування	102
6.2. Гігієнічні вимоги до продуктів харчування	103
6.3. Система контролю за виробництвом продуктів харчування	105
6.4. Маркування продуктів харчування.....	108
6.5. Продукти харчування і корми з ГМО	111
6.6. Новітні та традиційні продукти харчування	113
6.7. Швидкозаморожені продукти харчування	115
6.8. Органічні продукти харчування	116
6.9. Твердження про поживну цінність і позитивний вплив на здоров'я.....	122
6.10. Харчові добавки.....	125
6.11. Матеріали і предмети, що контактують із продуктами харчування	126
ГЛАВА 7. Регулювання надання послуг	130
7.1. Єдиний ринок послуг	130
7.2. Енергоефективність будинків.....	133
7.3. Пожежна безпека в готелях	135
7.4. Пакетні тури.....	136
7.5. Права пасажирів автобусних перевезень.....	139
7.6. Тривалість водіння транспортних засобів і відпочинку водіїв.....	140

7.7. Споживче кредитування.....	142
7.8. Дистанційний продаж фінансових послуг.....	144
7.9. Платіжні послуги.....	146
7.10. Розвиток цифрового сектора ЄС.....	149
7.11. Регулювання продажу цифрового контенту і цифрових послуг.....	151
7.12. Вимоги щодо доступності для товарів і послуг.....	155
БІБЛІОГРАФІЯ.....	159
ДОДАТКИ.....	169
<i>Додаток А. Контрольні запитання.....</i>	<i>169</i>
<i>Додаток Б. Завдання для самостійної роботи.....</i>	<i>179</i>
<i>Додаток В. Індивідуальні завдання-кейси.....</i>	<i>182</i>

ПЕРЕДМОВА

Навчальний посібник має на меті висвітлити важливі аспекти бізнес-регулювання в Європейському Союзі в умовах єдиного ринку й охоплює низку тем у межах однойменної дисципліни "Європейське бізнес-середовище".

Видання спрямоване на одержання:

знань про:

- понятійно-термінологічний апарат у сфері європейського бізнес-середовища;
- джерельну базу щодо регулювання бізнесу в Європі;
- тенденції і передовий досвід у сфері регулювання основних аспектів бізнесу в країнах Європи та засади корпоративного права ЄС;
- захист прав споживачів, технічне регулювання в ЄС та їхні галузеві особливості;

умінь:

- орієнтуватися в послідовності практичних кроків у сфері створення бізнесу й інших етапів функціонування бізнесу на прикладі обраних країн;
- визначати особливості регулювання обраних видів ринків товарів або послуг;
- аналізувати нормативне поле регулювання бізнесу в Європі;
- адаптувати бізнес до сучасних норм галузевого регулювання в ЄС.

Навчальний посібник, зокрема, подає огляд важливих для ведення бізнесу аспектів регуляторних норм ЄС, особливо з погляду взаємодії компаній зі споживачами та задоволення їхніх потреб. Зауважимо, що окремі нормативні акти ЄС є чинними по всій Європейській економічній зоні, певну частину з них мають імплементувати в Україні згідно з її зобов'язаннями в межах Угоди про асоціацію з ЄС. У виданні відображені новітні версії чинних документів. Нові документи або зміни до існуючих, на-

приклад, часто ураховують такі тенденції, як діджиталізація та екологізація економічних процесів. Норми окремих нормативних актів набувають чинності через декілька років, про що зазначено в тексті посібника.

Крім огляду положень відповідних нормативних актів ЄС, наведені окремі приклади та деталі. Утім, у разі зацікавленості в конкретній розглянутій сфері, рекомендуємо звернення до першоджерел, адже законодавство ЄС містить ширший спектр нормативних актів, передбачає багато нюансів або можливість винятків із загальних правил, а також час від часу оновлюється. Для цього рекомендуємо використання першоджерел з порталу EUR-LEX (<https://eur-lex.europa.eu/homepage.html>), де містяться оригінальні нормативні акти ЄС, їхні консолідовані версії з урахуванням унесених змін, їхні анотації (опція "Summary of legislation"), зазначено, чи є документ чинним. Хоча в навчальному посібнику наведені визначення найважливіших термінів, додаткові юридичні визначення термінів часто можна знайти серед перших статей нормативних актів.

У виданні представлені також інші джерела інформації, де міститься додаткова інформація з тих чи інших аспектів бізнес-регулювання, зокрема для ведення бізнесу в конкретній країні ЄС та конкретній галузі. Переклад англійською мовою окремих термінів наведено для полегшення пошуку додаткової інформації в англомовних джерелах.

Наприкінці посібника у додатках подані контрольні запитання для закріплення пройденого матеріалу, завдання для самостійної роботи, зазвичай пошукового характеру, а також індивідуальні завдання-кейси (*case studies*) для формування практичних навичок у сфері забезпечення відповідності нормам бізнес-регулювання з урахуванням галузевих або національних особливостей країн.

Навчальний посібник присвячено 75-річчю Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Підготовка книги стала можливою завдяки мультидисциплінарному проекту Центру досконалості Жана Моне "Поглиблений розвиток європейських студій в Україні: міждисциплінарний підхід" програми Еразмус+ Європейського Союзу.

Глава 1

РЕГУЛЮВАННЯ ОСНОВНИХ АСПЕКТІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ У КРАЇНАХ ЄС: ПЕРЕДОВИЙ ДОСВІД І НАПРЯМИ РЕФОРМУВАННЯ

У зазначеній главі описані приклади регулювання основних аспектів функціонування бізнесу у країнах ЄС станом на 2019 р. За кожним аспектом для прикладу взято країну ЄС, що є лідером за відповідною складовою рейтингу легкості ведення бізнесу Світового банку. Повнішу інформацію стосовно країн можна дізнатися з:

- деталізації **індексу легкості ведення бізнесу у країнах** (Doing Business Data. Economy Snapshots / Doing Business. URL: The World Bank. <https://www.doingbusiness./org/en/data>);
- порталу Європейської комісії, присвяченому **Єдиним контактним пунктам** (Points of single contact / European Commission. URL: https://ec.europa.eu/growth/single-market/services/services-directive/in-practice/contact_en), що містить посилання на сайти відповідних країн, де йдеться про етапи та конкретні документи, необхідні для заснування бізнесу;
- дослідження діджиталізації у сфері корпоративного права (Alexandropoulou A., Senini E., Somers G. **Study on digitalisation of company law. Member States Report** / by everis for the European Commission – DG Justice and Consumers, 2017. URL: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/dg_just_digitalisation_of_company_law_country_report_v3.2_0.pdf).

Далі щодо кожного аспекту бізнес-регулювання показані основні напрями реформування регулювання бізнесу у країнах ЄС у 2008–2019 рр. та приклади нестандартних реформ. Для цього також використано інформацію з бази даних Світового банку Doing Business. Серед основних тенденцій у сфері бізнес-

регулювання у країнах ЄС: діджиталізація процедур, зменшення ставок податку на прибуток, посилення захисту міноритарних інвесторів, а також спрощення і пришвидшення процедур, зменшення ставок соціальних внесків. Зазначимо, що також існували поодинокі випадки, коли в окремих країнах запроваджені зміни потім скасовувалися (наприклад, запровадження і скасування обмежень на час роботи роздрібних магазинів, збільшення і зменшення податків при передачі власності тощо).

1.1. ЗАСНУВАННЯ БІЗНЕСУ

Передовий досвід. Найкраща ситуація у сфері реєстрації бізнесу серед країн ЄС спостерігається у **Греції**, що посіла 11-те місце у світі за цим критерієм. У базі Doing Business для прикладу розглядається юридична форма приватна компанія (грец. ІКЕ). Стандартна тривалість процедур реєстрації становить сукупно близько чотирьох днів, вартість – у межах 350 євро (залежно від опцій). Мінімальний обсяг капіталу практично не встановлений.

На першому етапі подають заявку в Загальний електронний комерційний реєстр (грец. G.E.M.I.). Це можна зробити через офіси єдиного вікна (*one-stop-shops*), співробітники яких допомагають здійснити реєстрацію. Такі офіси зазвичай розташовані в регіональних приміщеннях торговельно-промислової палати. Вартість реєстрації передбачає оплату реєстрації, подання документів, річний збір за перебування у реєстрі, а також необов'язкову оплату за членство в палаті, за верифікацію назви і бренду. Етапи реєстрації представлені на рис. 1.1. Окремо також виробляється печатка компанії (хоча щодо цього пункту були здійснені кроки з лібералізації).

Нова онлайн-платформа e-ΥΜΣ (<https://eyms.businessportal.gr/auth>) також дозволяє здійснювати електронну перевірку назви компанії, реєстрацію бізнесу зі стандартним статутом, податкову реєстрацію, реєстрацію платника ПДВ, реєстрацію в Об'єднаному фонді соціального страхування (грец. ΕΦΚΑ).

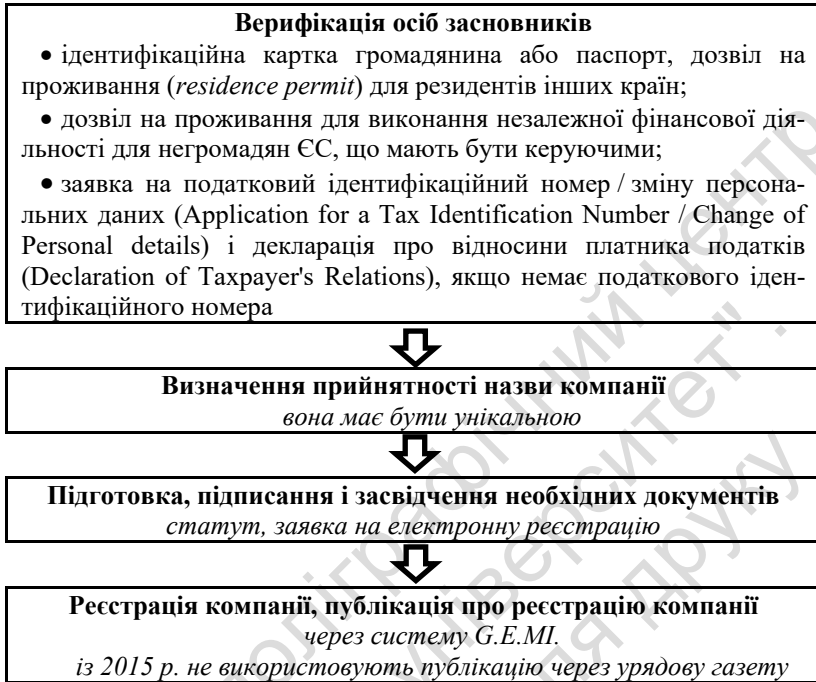


Рис. 1.1. Етапи реєстрації компанії у Греції

Джерело: Складено автором на основі: Alexandropoulou A., Senini E., Somers G. Study on digitalisation of company law: Member States Report / by everis for the European Commission – DG Justice and Consumers, 2017. URL: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/dg_just_digitalisation_of_company_law_country_report_v3.2_0.pdf.

Надалі в G.E.M.I. за необхідності вносять також зміни в установчі документи, назву компанії, адресу, обсяг підписного капіталу, цілі компанії.

Наступною в рейтингу легкості реєстрації компанії серед країн ЄС є **Естонія** (14-те місце у світі). Для типового прикладу розглянемо приватну компанію з обмеженою відповідальністю (естон. OÜ). Іншими розповсюдженими формами бізнесу є підприємець – фізична особа (естон. FIE) й акціонерне товариство (естон. AS). Стандартна тривалість процедур реєстрації OÜ ста-

новить сукупно 3,5 дня, вартість – 145 євро (190 – у випадку прискореної процедури, 13 євро для реєстрації підприємця – фізичної особи і деяких інших форм). Мінімальний обсяг капіталу – 2 500 євро.

Заявку на реєстрацію подають у комерційний реєстр. Зареєструватися можна на порталі для підприємців або за додаткову плату в нотаріуса. Послуги нотаріуса обов'язкові у випадку реєстрації акціонерного товариства або комерційного кооперативу.

Для електронної реєстрації потрібна ID або mobiil-ID і програмне забезпечення для електронного підпису, уводять дані засновників, назву компанії, складають статут, сплачують державне мито, роблять внесок капіталу.

Якщо товарооборот компанії перевищує 40 000 євро на рік, то одразу після досягнення цієї цифри або заздалегідь роблять реєстрацію як платника ПДВ у Національній податковій та митній раді Естонії через інформаційну систему комерційного реєстру або із залученням нотаріуса і системи електронного нотаріату. Онлайн-реєстрація зайнятих також здійснюється в Національній податковій і митній раді в реєстрі зайнятих. За необхідності реєструють торговельний знак – у Патентному департаменті.

Перед початком господарської діяльності потрібно повідомити інспекцію праці, у деяких сферах слід одержати дозвіл на діяльність або надати повідомлення про господарську діяльність. Це можна зробити через реєстр економічної діяльності або подати повідомлення організатору реєстру, урядовій установі або органу місцевої влади залежно від конкретної сфери. За це також стягують плату.

Загалом у країнах ЄС у 2008–2019 рр. найпоширенішими **реформами** у сфері процедур заснування бізнесу стали:

- зменшення або скасування вимог щодо мінімального розміру капіталу (у розглянутий період практикували більше половини країн – членів ЄС);
- зміна розміру плати за реєстрацію або нотаріальних платежів (майже половина країн-членів): зазвичай відбувалося зменшення, але і випадки збільшення були непоодинокими;
- різні спрощення процедур (майже у половині країн ЄС);

- діджиталізація процедур (понад третини країн-членів);
- об'єднання різних видів реєстрації (наприклад, реєстрації компанії, реєстрації в податкових органах, органах соціального страхування, статистичних органах) / запровадження єдиного вікна (у тій чи іншій мірі у третині країн – членів ЄС));
- зменшення часу на процедури / запровадження часових обмежень (третина країн-членів).

Окремі країни ЄС практикували такі спрощення:

- створення спрощеної форми компанії з обмеженою відповідальністю;
- створення стандартної форми установчих документів;
- необов'язковість залучення нотаріусів;
- скасування вимоги мати печатку компанії;
- відстрочення для внесків на формування підписного капіталу;
- скасування вимоги подачі інформації про податкову заборгованість;
- скасування необхідності одержання муніципальної ліцензії перед початком операцій;
- скасування вимоги публікації оголошення в газеті.

Проте були і поодинокі випадки ускладнення процедур:

- запровадження додаткової реєстрації в податковому органі;
- запровадження вимоги подачі інформації про податкову заборгованість;
- збільшення часу на процедури;
- збільшення нормативу мінімального розміру капіталу;
- інші ускладнення процедур.

1.2. РЕЄСТРАЦІЯ НЕРУХОМОСТІ

Передовий досвід. Найкраща ситуація у сфері реєстрації нерухомості серед країн ЄС спостерігається в **Литві**, що посіла 4-те місце у світі за цим критерієм. Час реєстрації зазвичай становить 3,5 днів, розмір офіційних платежів – близько 0,8 % вартості типового об'єкта. Етапи реєстрації представлені на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Етапи реєстрації нерухомості в Литві

Джерело: Складено автором на основі: Doing Business Data. Economy Snapshots / Doing Business. The World Bank. URL: <https://www.doingbusiness.org/en/data>.

Нотаріусу сторонами угоди купівлі-продажу нерухомості подають такі документи:

- статут компаній;
- довіреності від керівників компаній (якщо останні не займаються угодою власноруч);
- посвідчення особи представників сторін, постанова правління (якщо вартість нерухомості перевищує 1/20 статутного капіталу), за необхідності схвалена загальними зборами акціонерів;
- план земельної ділянки;
- документ, що засвідчує право власності продавця на об'єкт нерухомості (угода про купівлю-продаж або інший);
- сертифікат про енергоефективність будинку (крім у передбачених випадках);
- інші документи за необхідності.

Найпоширенішими **реформами** у сфері процедур реєстрації нерухомості у країнах ЄС у 2008–2019 рр. стали:

- діджиталізація процедур: нотаріат, реєстри, кадастрові карти (практично дві третини країн-членів);

- зміна розміру податків при передачі власності або нотаріальних платежів (третина країн-членів): майже однакова кількість випадків збільшення та зменшення;
- скорочення часу на процедури або встановлення часових обмежень (кілька країн).

Окремі країни ЄС практикували такі зміни:

- запровадження нової форми заявки,
- єдине вікно для реєстрації,
- необов'язковість залучення нотаріусів,
- скасування вимоги одержати відмову муніципалітету від пріоритетного права викупу,
- скасування вимоги щодо сертифікату про енергоефективність у випадку будинків без системи опалення,
- вимога сертифікату про чистоту ґрунту,
- вимога сертифікату про сплату податку при реєстрації власності,
- збільшення часу на процедури.

1.3. ДОЗВІЛ НА БУДІВНИЦТВО

Передовий досвід. Найкраща ситуація у сфері одержання дозволів на будівництво серед країн ЄС спостерігається в Данії, що посіла 4-те місце у світі за цим критерієм. Типова тривалість процедур для оформлення дозволу на побудову складу становить 64 дні, вартість – 0,6 % вартості об'єкта.

На першому етапі подають заявку на одержання дозволу на будівництво від муніципалітету. Вона має містити таку інформацію:

- визначення об'єкта нерухомості;
- креслення, що свідчать про обсяги забудови;
- оцінку впливу на оточення (ситуаційний план і секційний план);
- ескіз фасаду;
- розмір ділянки, висота будівлі, відстані, розміщення суміжних та оточуючих будівель;

- інформацію про реєстрацію в реєстрі будівель і помешкань;
- інформацію щодо пожежної безпеки та каналізації;
- інформацію про використання будинку, землі, швидкість осадки тощо.

Проводять вивчення наданої інформації, перевірку дотримання будівельних норм, перевірку відведення дощової води. Надають дозвіл від пожежного департаменту, тимчасовий дозвіл на будівництво, сертифікат інженера-конструктора. Іноді здійснюють інспекцію на місці. Муніципалітет надає дозвіл на початок будівництва. Потім надсилають повідомлення про початок будівництва в Центр будівництва. Після цього можна розпочинати будівництво.

Під час будівництва великих будівель можуть без попередження проводити перевірки Центр будівництва, органи пожежного нагляду, безпеки праці, перевірки каналізації.

Після завершення будівництва про це надсилають повідомлення Центру будівництва. Муніципалітет забезпечує фінальну інспекцію будівлі перед наданням дозволу на введення будівлі в експлуатацію. Потім подають заявку на приєднання до водопостачання та каналізації.

Найпоширенішими **реформами** у сфері одержання дозволів на будівництво в країнах ЄС у 2008–2019 рр. стали:

- зменшення часу на процедури або часові обмеження на обробку заяв / схвалення проєкту / видачу дозволів (треїна країн-членів);
- зміна плати за дозвіл на будівництво або супутніх платежів (майже половина країн-членів): майже однакова кількість випадків збільшення та зменшення.

Окремі країни ЄС практикували такі спрощення:

- діджиталізація процедур;
- об'єднання процедур;
- скасування вимоги одержання геотехнічної документації на землю;
- скасування вимоги одержання проєктних умов від провайдера послуг водопостачання та каналізації;
- скасування залучення Державного агентства з охорони здоров'я до процедури видачі дозволу й інспекції приміщень.

1.4. ПРИЄДНАННЯ ДО ЕЛЕКТРОМЕРЕЖ

Передовий досвід. Найкраща ситуація у сфері приєднання до електромереж серед країн ЄС спостерігається в **Німеччині**, що посіла 5-те місце у світі за цим критерієм. Як типовий приклад розглянемо приєднання складу. Зазвичай це займає близько 28 днів, вартість становить близько 15 500 євро. Етапи представлені на рис. 1.3.

Заявку до компанії у сфері розподілення електроенергії подає зареєстрований електрик (дозволяють електронною поштою). Лічильник встановлює зазвичай електрик, відповідальний за прокладання внутрішньої електромережі. Діють спеціальні вимоги до електрика, відповідального за прокладання електромережі всередині приміщення (диплом, ліцензія, реєстрація). Він також подає компанії у сфері розподілу електроенергії форму, де засвідчує, що внутрішня електромережа відповідає нормам безпеки й іншим технічним нормам. Окрему інспекцію для перевірки внутрішніх мереж не проводять.

Постачальник електроенергії має заздалегідь повідомляти споживачу про зміни в тарифі. У випадку перебоїв у постачанні електроенергії вище встановленого порогового рівня її постачальник несе фінансову відповідальність.

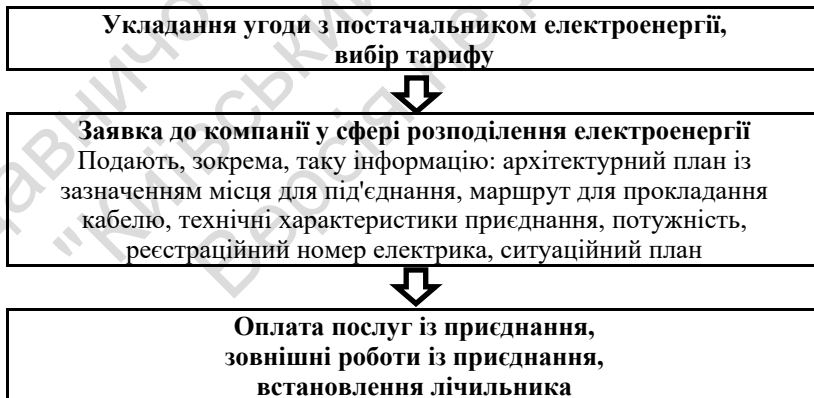


Рис. 1.3. Етапи приєднання до електромереж у Німеччині

Джерело: Складено автором на основі: Doing Business Data. Economy Snapshots / Doing Business. The World Bank. URL: <https://www.doingbusiness.org/en/data>.

Реформи. Найпоширенішою зміною у сфері приєднання до електромереж у країнах ЄС у 2008–2019 рр. стало зменшення часу на процедури або часові обмеження (третина країн-членів). Деякі країни ЄС упроваджували такі зміни:

- зменшення оплати за приєднання,
- діджиталізація процедур,
- поліпшений доступ до інформації про процес приєднання,
- фінансові стимули проти перебоїв із постачанням електроенергії.

1.5. ОДЕРЖАННЯ КРЕДИТУ

Передовий досвід. Найкраща ситуація у сфері кредитування серед країн ЄС спостерігається в **Латвії**, що посіла 15-те місце у світі за цим критерієм.

Кредитний реєстр містить інформацію про негативну кредитну історію фірм і фізичних осіб, збирає дані від фінансових установ.

Кредитне бюро володіє також позитивною кредитною інформацією; збирає дані як від фінансових установ, так і роздрібних продавців, компаній у сфері комунальних послуг; надає послуги кредитного скорингу для оцінки кредитоспроможності позичальників.

Реєстр кредитної інформації охоплює практично 97 % дорослого населення, кредитне бюро – 48 % дорослого населення. Фінансові установи мають онлайн-доступ до кредитної історії. Позичальники мають право дізнатися про свою кредитну історію, яку збирають у кредитному реєстрі або бюро.

Права кредиторів достатньо добре захищені. Дозволяють не робити детальний опис об'єкта застави. Заставні права можуть поширюватися на майбутні активи, продукцію, доходи, заміну первинних об'єктів застави. Діє реєстр заставних прав. У випадку банкрутства / ліквідації кредитори із заставними правами мають першочергове право на повернення коштів (перед податковими органами, працівниками тощо). За погодженням із борж-

ником у контракті дозволено передбачити можливість позасудового стягнення об'єкта застави кредитором і його реалізації.

Найпоширенішими **реформами** у сфері кредитування у країнах ЄС у 2008–2019 рр. стали регулювання зберігання кредитної інформації (понад третини країн-членів) та поводження із заставним майном (декілька країн). Приклади реформ у сфері зберігання кредитної інформації:

- створення нового кредитного реєстру / бюро, зокрема і приватного;
- збільшення інформації у кредитних бюро, зокрема за рахунок:
 - зберігання позитивної кредитної інформації;
 - зменшення або скасування мінімального порогового рівня розміру кредиту для зберігання про нього інформації;
 - розширення кола охоплених позичальників;
 - розширення кола організацій, що подають кредитну інформацію у кредитний реєстр або бюро;
- зменшення інформації у кредитних бюро, зокрема за рахунок:
 - скорочення терміну зберігання інформації про неповернення або невчасне повернення кредитів;
 - встановлення мінімального порогового рівня розміру кредиту для зберігання про нього інформації;
- гарантії боржникам щодо можливостей перевірки інформації про них у кредитному бюро;
- кодифікація законодавства у сфері кредитної інформації.

Приклади реформ стосовно поводження із заставою:

- можливість позасудового стягнення об'єкта застави,
- розширення прав на заставу з охопленням продукції та доходів від використання активів,
- можливість заміни об'єкта застави,
- створення єдиного реєстру заставного майна,
- розширення кола можливих об'єктів для застави.

1.6. ЗАХИСТ МІНОРИТАРНИХ ІНВЕТОРІВ

Передовий досвід. На момент написання книги найкраща ситуація у сфері захисту прав міноритарних інвесторів серед країн ЄС спостерігалася у **Великій Британії**, що посіла 7-ме місце у світі за цим критерієм (але із виходом її із ЄС лідером стане **Ірландія**, яка займає 13-те місце у світі). Розглянемо приклад Великої Британії (в Ірландії діють схожі положення із деякими винятками).

Прозорість. Компанія має розкривати інформацію щодо:

- прямих чи непрямих основних власників компанії,
- основного місця роботи чи членства в радах директорів інших компаній,
- виплат кожному керуючому компанією.

Існує вимога зовнішнього аудиту щодо річної звітності компанії, результати якого мають бути оприлюднені.

Діє вимога одержання згоди акціонерів на важливі рішення, такі як продаж більшості акцій компанії (в Ірландії такої вимоги немає), випуск акцій, вибір зовнішнього аудитора. При випуску нових акцій акціонери мають пріоритетне право їхнього викупу. Дочірній компанії не дозволяють купувати акції материнської компанії.

У випадку проведення операцій із пов'язаними особами (пов'язаними з менеджментом компанії або акціонерами), на них мають дати згоду збори акціонерів (крім зацікавлених осіб). Також незалежна установа повинна провести оцінку таких операцій (в Ірландії останнє не вимагають). Про конфлікт інтересів слід поінформувати раду директорів, про конфлікти інтересів й операції з пов'язаними особами – у звітності.

Акціонери можуть усунути з посади директорів до кінця терміну їхніх повноважень. Акціонери також можуть подати позов проти директора за шкоду від операцій із пов'язаними особами. Якщо позивач-акціонер виграє позов, то суд може також визнати недійсною операцію з пов'язаними особами. Інші директори також можуть понести відповідальність разом із винним директором, якщо вони продемонстрували недбалість.

Найпоширенішими **реформами** у сфері захисту прав міноритарних інвесторів у країнах ЄС у 2008–2019 рр. стали:

- вимога більшого розкриття інформації про операції з пов'язаними сторонами (кілька країн),
- вимога схвалення акціонерами операцій із пов'язаними сторонами або операцій на велику суму (кілька країн),
- більші можливості ініціювати позов проти директорів (кілька країн).

Окремі країни ЄС також практикували зміни щодо збільшення прозорості виплат керівництву або запровадження вимоги незалежної оцінки операцій із пов'язаними сторонами.

1.7. СПЛАТА ПОДАТКІВ

Передовий досвід. Найкраща ситуація у сфері податкового регулювання бізнесу серед країн ЄС спостерігається в **Ірландії**, що посіла 4-те місце у світі за цим критерієм. На підготовку документації та сплату основних податків необхідно 82 робочі години на рік. Податки, що сплачує типова компанія (крім ПДВ), становлять близько 26 % її комерційного прибутку (прибутку до сплати податків).

Типова компанія з обмеженою відповідальністю має сплачувати такі основні податки та збори:

- соціальний внесок роботодавця – 10,85 % від фонду зарплати;
- податок на прибуток – 12,5 %;
- ПДВ – 23 %;
- податок на приріст капіталу – 33 %;
- податок на нерухомість.

Невеликий вплив здійснюють транспортний податок, екологічний збір, гербовий збір, податок на чекові розрахунки, паливний податок. Також із зарплати утримують соціальний внесок від працюючих, універсальний соціальний збір на зайнятих.

Найпоширенішими **реформами** у сфері податкового регулювання бізнесу у країнах ЄС у 2008–2019 рр. стали:

- діджиталізація процедур / удосконалення онлайн-систем (дві третини країн-членів);
- зменшення ставки на прибуток компаній (дві третини країн-членів);
- зменшення ставки соціальних внесків (понад половини країн-членів);
- зменшення або скасування різних інших видів податків чи зборів (близько чверті країн-членів): місцевих податків, податків на нерухомість, транспортного податку або екологічного збору;
- збільшення транспортного податку (кілька країн-членів);
- зростання соціальних внесків (кілька країн-членів);
- збільшення різних інших видів податків (чверть країн-членів): на прибуток компаній, на одержані відсотки, екологічного податку.

Деякі країни ЄС вдавалися до таких змін:

- запровадження нових податків і зборів: додаткового галузевого податку, зборів на радіо і телебачення;
- тимчасові пільги при сплаті соціальних внесків;
- зменшення податкової бази на розмір витрат на придбання нової нерухомості – для малих і середніх підприємств;
- удосконалення системи управління ризиками в податковому органі при виборі компаній для проведення податкового аудиту;
- спрощення процедур і документів;
- спрощення механізму повернення ПДВ;
- скорочення частоти сплати податків;
- ускладнення звітності;
- зміна порядку амортизації основних засобів і списання вартості малоцінних активів.

1.8. РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ

У базі даних Світового банку Doing Business рейтинг країн за цим критерієм не подають, але тут наведені приклади змін у національному законодавстві країн світу. Зокрема, найпоширенішими **реформами** у сфері регулювання ринку праці у країнах ЄС у 2008–2019 рр. стали:

- збільшення або зменшення максимального періоду для строкових трудових договорів (по кілька країн-членів – однакова кількість країн, що збільшували і що зменшували);
- про заплановане звільнення працівників потрібно повідомляти раніше або навпаки пізніше (залежно від країни – усього кілька випадків);
- збільшення мінімальної зарплати (кілька країн-членів);
- зменшення вихідної допомоги при звільненні (кілька країн-членів).

Окремі країни ЄС здійснили такі зміни:

- дозволено укладання тимчасових контрактів й у випадку виконання працівником постійних завдань;
- збільшено максимальний період для випробувального періоду;
- дозволено більше понаднормової роботи;
- скасовані обмеження на роботу вночі;
- запровадження / скасування обмежень на час роботи роздрібних магазинів;
- зменшення або збільшення надбавки за працю вночі / на вихідних;
- зміни в регулюванні відпусток;
- збільшення вихідної допомоги при звільненні;
- запровадження правил пріоритету при масових звільненнях;
- скасована вимога щодо перенавчання або переведення на інше робоче місце при звільненні;
- співфінансування державою професійного тренування;
- спрощення позасудового врегулювання трудових суперечок.

1.9. УРЕГУЛЮВАННЯ СУПЕРЕЧОК ЩОДО ВИКОНАННЯ КОНТРАКТІВ

Передовий досвід. Найкраща ситуація серед країн ЄС у сфері врегулювання суперечок щодо виконання контрактів спостерігається в **Литві**, що посіла 7-ме місце у світі за цим критерієм. У випадку типової справи тривалість усіх процедур, починаючи з рішення про подання позову до одержання виплат, становить 370 днів (з них 40 днів припадає на підготовку позову, 240 – власне на судовий процес і винесення рішення, 90 днів на виконання рішення суду). Вартість процедур становить близько 24 % вартості типового позову (6 % – судові збори, майже 9 – послуги адвоката, 9 % – виконання рішення суду).

Позови розподіляються між суддями автоматично за випадковим принципом. Час, відведений на основні процедури, частково регламентований. Відкладення слухань можливі у випадках непередбачених та виняткових обставин. Рішення суддів щодо комерційних справ оприлюднюються. Діджиталізація охоплює:

- електронні засоби для управління судовими справами для використання суддями й адвокатами;
- можливість подання позову через електронну платформу;
- можливість оплати судових зборів електронними засобами.

Позови на малу суму грошей можуть розглядати за полегшеною процедурою без залучення адвоката. Є можливість використовувати й альтернативні засоби врегулювання суперечок: комерційний арбітраж, використання посередництва, примирення.

Найпоширенішим типом **реформ** у сфері врегулювання суперечок щодо виконання контрактів у країнах ЄС у 2008–2019 рр. стала діджиталізація: подання документів онлайн у цивільних справах / електронні системи управління судовим процесом (у близько 40 % країн-членів).

В окремих країнах ЄС відбувалися такі зміни:

- спрощення процедур: для малих позовів, щодо виконання рішення суду або збільшення максимального порогового рівня для позовів, що розглядають за спрощеною процедурою;

- автоматизація розподілу справ між суддями;
- часові обмеження на процесуальні дії, обмеження на відкладення слухань;
- збільшення або зменшення судових зборів;
- обмеження можливостей для зловживання апеляціями;
- запровадження приватних судових виконавців.

1.10. ПРОЦЕДУРИ РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ НЕПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ

Передовий досвід. Найкраща ситуація у сфері врегулювання проблем неплатоспроможності серед країн ЄС спостерігається у **Фінляндії**, що посіла 1-ше місце у світі за цим критерієм.

Ініціювати процедуру реорганізації або ліквідації можуть як боржник, так і кредитор. Підставою для цього є невіплата вчасно боргу боржником або перевищення вартості зобов'язань боржника над вартістю його активів.

Загалом у типовому випадку процедура розв'язання проблеми неплатоспроможності триває майже рік. План реорганізації має бути представлений протягом чотирьох місяців. Його слід погодити із кредиторами. Під час процедури дозволяють продовжувати виконувати контракти щодо постачання важливих товарів і послуг для функціонування боржника.

У типовому випадку після завершення процедури рівень відшкодування кредиторам (із правами на заставу) боргів фірми досягає 88 %. Вартість процедури становить близько 3,5 % активів боржника – сюди входять судові та державні збори, оплата послуг арбітражних керуючих, аукціоністів, оцінювачів, юристів тощо.

Низка країн – членів ЄС у 2008–2019 рр. здійснювали **реформи**, спрямовані на підтримку функціонування проблемних компаній. Серед таких заходів були:

- запровадження процедур реструктуризації та реорганізації як альтернативи процедурі банкрутства;

- надання пріоритету реорганізації як методу врегулювання проблеми неплатоспроможності;
- скасування вимоги до потенційно життєздатних фірм негайно починати процедуру врегулювання проблеми неплатоспроможності у випадку надмірної заборгованості;
- можливість реорганізації для компаній, що зіштовхнулися із фінансовими складнощами вперше;
- можливість призупинення примусового стягнення щодо активів боржника, необхідних для ведення його бізнесу;
- запровадження етапу звільнення від примусових стягнень на період розробки плану реструктуризації.

Також у ряді країн запроваджували різні спрощення, зокрема:

- спрощення процедури реструктуризації;
- необхідність погодження плану реструктуризації тільки із фінансовими кредиторами;
- скасування погоджувальної процедури;
- запровадження позасудового механізму врегулювання проблеми неплатоспроможності;
- спрощена процедура для боржників з активами вартістю менше певного порогового рівня або малих компаній.

Поширеними реформами у сфері врегулювання проблем неплатоспроможності також стали:

- нові кваліфікаційні стандарти або професійні вимоги для арбітражних керуючих: розпорядників майна / керуючих санацією / ліквідаторів (кілька країн-членів);
- посилення прав кредиторів із правами на заставу (кілька країн-членів);
- пришвидшення процедур загалом, суворіші часові обмеження або швидші процедури у випадку добровільної ліквідації компанії (кілька країн-членів).

Окрім країни ЄС практикували такі зміни:

- збільшення участі кредиторів в управлінні боржником;
- посилення прав боржників;
- збільшення прав кредиторів;

- зменшення прав кредиторів із забезпеченням кредиту під час реорганізації;
- забезпечення рівного ставлення до кредиторів;
- створення центрального реєстру щодо реструктуризації та банкрутства;
- регулювання оплати послуг арбітражних керуючих;
- формування за рахунок частини реалізованого майна фонду, з якого потім мають покривати витрати арбітражних керуючих у випадках, коли в боржника немає активів;
- обмеження на продаж компаній частинами;
- скасування вимоги публікації повідомлення про неплатоспроможність компанії в газеті;
- можливість обміну боргу на акції.

Глава 2 ОСНОВИ КОРПОРАТИВНОГО ПРАВА ЄС

2.1. КОМПАНІЇ З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Основний документ: **Директива про деякі аспекти корпоративного права** – Directive (EU) 2017/1132 of the European Parliament and of the Council of 14 June 2017 relating to certain aspects of company law.

Директива кодифікує гармонізовані правила корпоративного права щодо компаній з обмеженою відповідальністю (*limited liability companies*) і була ухвалена замість низки попередніх директив. **Компанія з обмеженою відповідальністю** – це компанія з акціонерним капіталом (участю кількох власників у капіталі), що є юридичною особою з активами, і в якій відповідальність власників обмежена їхніми частками в капіталі. Вони можуть бути публічними або приватними.

З метою захисту інтересів акціонерів і третіх сторін директива регулює такі аспекти:

- розкриття інформації про компанію;
- збереження капіталу;
- розділення компаній;
- транскордонні та внутрішньонаціональні об'єднання компаній.

У статуті чи інших **установчих документах** публічної компанії з обмеженою відповідальністю зазвичай має міститися така інформація:

- тип і назва компанії;
- цілі компанії;
- обсяг підписного / статутного капіталу;
- правила призначення членів керівних органів;
- термін дії компанії, якщо він обмежений;

- місце реєстрації;
- номінальна вартість підписаних акцій;
- обмеження на передачу акцій – за наявності;
- особливості різних класів акцій – за наявності;
- чи є акції іменними або на пред'явника;
- обсяг сплаченого підписного капіталу на момент реєстрації або одержання дозволу на початок господарської діяльності;
- номінальна вартість чи кількість акцій, що випущені в обмін на внесок у натурі, якими особами зроблений цей внесок;
- назви фізичних або юридичних осіб, що підписали установчий договір / статут;
- оцінка витрат на формування компанії до одержання дозволу на початок діяльності;
- додаткові переваги для засновників, надані до створення компанії або одержання дозволу на початок діяльності.

Компанії з обмеженою відповідальністю мають **оприлюднювати інформацію** про:

- установчі документи та зміни до них;
- призначення, припинення повноважень та дані про керівних осіб;
- раз на рік кількість підписного капіталу;
- фінансову звітність згідно з вимогами законодавства;
- зміни у юридичній адресі;
- ліквідацію компанії чи визнання недійсним її створення;
- призначення ліквідаторів, інформацію про них та їхні повноваження – у передбачених випадках;
- припинення процедури ліквідації тощо.

Інформація про компанію має зберігатися у відповідних центральних реєстрах. Компанії має бути присвоєний унікальний ідентифікатор. Зазначена вище інформація повинна бути доступною для перегляду (принаймні, за оплату), зокрема через Європейську центральну платформу (*European central platform*) як систему, що поєднує національні реєстри.

Компанії з інших країн-членів або третіх країн також мають оприлюднювати таку інформацію про філії:

- адреса філії;
- сфера діяльності філії;
- реєстр і номер компанії в реєстрі;
- назва і юридична форма компанії, назва філії;
- призначення, припинення повноважень та дані про керівних осіб;
- процедура врегулювання проблеми неплатоспроможності, ліквідація компанії, призначення ліквідаторів, інформацію про них та їхні повноваження – у передбачених випадках;
- фінансова звітність згідно з вимогами законодавства;
- закриття філії;
- за рішенням країни-члена також: підписи керівних осіб, установчі документи, виписка з реєстру, у деяких випадках заставне майно у країні-члені;
- у разі, коли компанія зареєстрована за межами ЄС, також: національне право, що регулює компанію, основне місце ведення господарської діяльності.

Мінімальні вимоги до **капіталу** публічних компаній з обмеженою відповідальністю становлять 25 000 євро. Якщо внесок у капітал роблять іншим майном, ніж гроші, то зазвичай має бути проведена його оцінка експертом.

Крім випадків скорочення підписного капіталу, не дозволяють розподіляти дивіденди між акціонерами, якщо наприкінці фінансового року вартість чистих активів менша або внаслідок виплати дивідендів стане меншою за суму обсягу підписного капіталу і резервів, що не можуть бути розподілені згідно із законодавством або статутом. У випадку серйозного зменшення підписного капіталу мають скликати збори акціонерів.

Об'єднання публічних компаній з обмеженою відповідальністю можливе шляхом:

- придбання (*merger by acquisition*) – коли компанія А припиняє функціонування і передає всі свої активи і зобов'язання іншій компанії Б в обмін на випуск акцій компанії Б на користь акціонерів компанії А;

- формування нової компанії (*merger by the formation of a new company*) – коли компанії А і Б припиняють функціонування і передають всі свої активи і зобов'язання компанії В, що створена ними в обмін на випуск акцій компанії В на користь акціонерів компаній А і Б.

У випадку, наприклад, об'єднання шляхом придбання формують проєкт умов об'єднання, що містить, зокрема, таку інформацію:

- тип, назва і юридична адреса компаній, що об'єднуються;
- коефіцієнт обміну акціями й обсяг грошей, що сплачують;
- умови розподілу акцій у компанії, що купує;
- дата, з якої володіння цими акціями дає право участі у прибутку;
- дата, з якої транзакції компанії, яку купують, починають обліковувати як транзакції компанії, що купує;
- права, які надають власникам акцій зі спеціальним статусом і власникам інших цінних паперів;
- переваги на користь менеджменту компаній та експертів.

Проєкт умов об'єднання публікують щонайменше за місяць до загальних зборів акціонерів. Зазвичай загальні збори кожної компанії, що об'єднуються, мають схвалити проєкт об'єднання хоча б 1/2 або 2/3 голосами акціонерів відповідно до їхніх часток у капіталі (залежить від законодавства країни-члена). Потім керівні органи кожної компанії мають підготувати детальний звіт. Проєкт умов об'єднання також оцінюють незалежні експерти. У ньому теж містяться положення щодо захисту інтересів працівників і кредиторів. За транскордонного об'єднання передбачено одержання сертифікату від компетентних органів у кожній країні щодо законності об'єднання.

Схожим чином регулюють умови і процедура **поділу компанії**: шляхом придбання або утворення нових компаній.

2.2. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПРИДБАННЯ КОМПАНІЙ

Основний документ: **Директива про пропозиції щодо купівлі компаній** – Directive 2004/25/EC of the European Parliament and the Council of 21 April 2004 on takeover bids. Документ регулює випадки придбання компаній, цінні папери яких допущені до торгівлі в різних країнах – членах ЄС.

Компанія або особа (*offeror*), що має намір купити іншу компанію (*offeree*), може робити пропозицію щодо цього, тільки упевнившись, що вона має кошти або інші засоби для цього. Діє вимога до компанії, що робить пропозицію, робити її публічно, а також поінформувати або проконсультуватися із власним трудовим колективом. Не допускають здійснення впливу на ринок цінних паперів компаній, що задіяні у пропозиції про придбання, з метою уникнення штучних змін вартості таких цінних паперів.

Загалом діють такі мінімальні **вимоги до інформації у пропозиції**:

- умови придбання;
- назва особи або компанії, що має намір придбати, її тип, юридична адреса;
- цінні папери, які купують;
- гроші або інші засоби в ролі оплати, фінансування пропозиції;
- максимальний та мінімальний відсоток акцій, що заплановано придбати;
- наявність частки в капіталі або осіб у компанії, що купується, які діють спільно з компанією, що робить пропозицію;
- умови, за яких пропозиція є дійсною;
- наміри щодо майбутнього для бізнесу компанії, яку купують, зокрема щодо збереження робочих місць, керівництва, змін умов праці, стратегічних пріоритетів, розміщення бізнесу;
- час на ухвалення рішення;
- право якої країни регулює контракт, і компетентні суди.

Слід також оприлюднити інформацію про компанії, визначену у директиві. Країни-члени мають забезпечити, щоб до всіх власників компанії, яку купують, було рівне ставлення.

Адресатам пропозиції про купівлю компанії має бути надано достатньо часу та інформації для ухвалення інформованого рішення (залежно від країни 2–10 тижнів з дати оприлюднення пропозиції). Керівний орган компанії, яку купують, повинен висловити думку щодо наслідків для зайнятості, умов праці та розміщення виробничої діяльності компанії. Керівництво компанії, яку купують, має діяти в інтересах усієї компанії, а не у своїх інтересах.

Передбачені також такі **права**:

- право мажоритарного акціонера вимагати продати йому решту акцій за справедливою ціною, якщо він володіє або набуває після придбання щонайменше 90 % (або 95 % залежно від країни-члена) капіталу в компанії, яку купують (*squeeze-out right*);
- право міноритарних акціонерів вимагати викупу їхніх акцій мажоритарним акціонером за справедливою ціною після придбання ним компанії (*sell-out right*).

2.3. ПРАВА АКЦІОНЕРІВ КОМПАНІЙ У ЛІСТИНГУ

Основний документ: **Директива про реалізацію певних прав акціонерів компаній у лістингу** – Directive 2007/36/EC of the European Parliament and of the Council of 11 July 2007 on the exercise of certain rights of shareholders in listed companies. Ідеться про компанії, цінні папери яких допущені до торгівлі на біржах.

Перед **проведенням загальних зборів** акціонерів має бути зроблено повідомлення про їхнє скликання – зазвичай хоча б за 21 день до зборів. У ньому слід розмістити таку інформацію: дата і місце зборів, запропонований порядок денний, опис процедури участі та голосування. На сайті компанії має бути текст повідомлення, текст проекту постанови й інша необхідна інформація (загальна кількість акцій і голосів, документи для розгляду, коментарі до пунктів порядку денного, форми для голосування).

Акціонери (принаймні ті, що володіють не менше 5 % капіталу компанії) до обумовленої дати мають право вносити питання в порядок денний, що може призвести до його зміни, по-

давати проекти постанов. Акціонери також можуть ставити запитання щодо пунктів порядку денного. Дозволяють участь акціонерів у загальних зборах електронними засобами, голосування листуванням до початку зборів чи за дорученням. Після голосування його результати мають бути оприлюднені на сайті компанії протягом 15 днів.

Діє зобов'язання компаній про оприлюднення інформації про **значимі транзакції з пов'язаними сторонами** (пов'язаними з директором або акціонером). Критерії значимості таких операцій: перевищення встановленого відсотка доходів компанії, активів, капіталізації, обороту; характер транзакції. На них також повинні дати згоду загальні збори акціонерів. Однак за розгляду цього питання на загальних зборах ті акціонери, що не мають стосунку до транзакцій із пов'язаними сторонами, зазвичай не беруть участі в голосуванні.

Також передбачено, що компанії мають право знати, хто є їхніми акціонерами (принаймні тих, хто володіє понад 0,5 % капіталу компанії).

2.4. ПРИВАТНІ КОМПАНІЇ З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ З ОДНИМ ВЛАСНИКОМ

Основний документ: **Директива у сфері корпоративного права про приватні компанії з обмеженою відповідальністю з одним власником** – Directive 2009/102/EC of the European Parliament and of the Council of September 2009 in the area of company law on single-member private limited liability companies.

У таких компаніях факт набуття повного володіння одним власником та його назва / ім'я слід зафіксувати в центральному реєстрі або реєстрі компанії з публічним доступом.

Єдиний власник має повноваження як у загальних зборів акціонерів. Проте його рішення та угоди з компанією потрібно оформити письмово і зафіксувати у протоколі (*minutes*).

2.5. ЄВРОПЕЙСЬКА КОМПАНІЯ ЯК ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

Основний документ: **Регламент про статут європейської компанії** – Council Regulation (EC) No 2157/2001 of 8 October 2001 on the Statute for a European company (SE).

Європейська компанія (лат. *Societas Europaea*) є спеціальною гармонізованою **юридичною формою організації бізнесу** в ЄС. За допомогою цієї форми компанії можуть користуватися перевагами від значною мірою уніфікованих правил щодо управління та звітності (замість підлаштування філій під правила окремих країн-членів), що може дати економію від зменшення адміністративних витрат.

Існує чотири **способи утворення** такої компанії:

- об'єднання публічних акціонерних товариств / відкритих компаній з обмеженою відповідальністю (*public limited companies*);
- утворення холдингової компанії;
- створення спільної філії;
- перетворення публічного акціонерного товариства, раніше створеного згідно з національним законодавством.

Іншими словами, європейська компанія може бути сформована тільки на базі існуючої компанії чи компаній, але не може створюватися з нуля. При цьому залежно від способу утворення слід дотриматися хоча б одного із таких критеріїв транснаціональності:

- серед формуючих європейську компанію компаній принаймні дві компанії мають бути розташовані в різних країнах – членах ЄС;
- компанія повинна володіти філією в іншій країні – члені ЄС протягом щонайменше двох років.

Діє вимога мінімальної достатності капіталу у 120 000 євро. Крім реєстрації в національному реєстрі, інформація про реєстрацію європейських компаній чи її припинення має бути опублікована в Офіційному журналі ЄС. У назві європейської компанії повинна бути присутньою аббревіатура SE. Європейська компанія може створювати філії також у формі європейської компанії.

Юридична адреса європейської компанії має бути в місці її центральної адміністрації / штаб-квартири. Перемісти штаб-квартиру в межах ЄС можливо, якщо:

- підготовлений проект пропозиції про переміщення;
- підготовлений звіт про юридичні й економічні аспекти переміщення;
- є рішення загальних зборів акціонерів;
- компетентний орган, де зареєстрована компанія, надав сертифікат про здійснення всіх передбачених дій і формальностей.

Управлінська структура європейською компанією може бути одно- або дворівневою (див. рис. 2.1). У регламенті прописано порядок функціонування і повноваження цих органів. Зокрема, адміністративна рада може делегувати повноваження щодо управління одному чи більшій кількості своїх членів – виконавчому директору або директорам.

Однорівнева система

Виконавчий директор/и (<i>managing directors</i>)
Адміністративна рада (<i>administrative board</i>)
Загальні збори акціонерів (<i>general meeting of shareholders</i>)

Дворівнева система

Наглядова рада (<i>supervisory board</i>)
Керівна рада (<i>management board</i>)
Загальні збори акціонерів (<i>general meeting of shareholders</i>)

Рис. 2.1. Управлінська структура європейської компанії

Джерело: Складено автором на основі: Council Regulation (EC) No 2157/2001 of 8 October 2001 on the Statute for a European company (SE).

Іншим нормативним документом є **Директива, що доповнює статут європейської компанії стосовно залучення трудового колективу** – Council Directive 2001/86/EC of 8 October 2001 supplementing the Statute for a European company with regard to the involvement of employees.

Директива урахує, що рівень залучення **трудового колективу до корпоративного менеджменту** різниться у країнах – членах ЄС. Рівень залучення працівників до управління в європейській компанії має бути погоджений перед її створенням внаслідок переговорів між менеджментом і трудовим колективом. У ситуації, коли залучення працівників уже було у формуючих компаніях, воно має бути й у європейській компанії. Залучення до управління трудового колективу означає не участь в ухваленні поточних управлінських рішень, а участь у нагляді та стратегічному розвитку компанії. Представники трудового колективу можуть бути у складі наглядової чи адміністративної ради, формувати окремий орган або бути залученими в інший спосіб.

Тенденції використання юридичної форми організації бізнесу "європейська компанія". Приклади створених європейських компаній: Allianz SE, BASF SE, GfK SE, E.ON SE, Puma SE, MAN SE, Schneider Electric SE.

Станом на 11 грудня 2019 р. база даних Європейського інституту профспілок містила інформацію про існування 3 276 європейських компаній.

Із 3000 європейських компаній, що існували станом на березень 2018 р., 526 мали понад п'ять співробітників. У 36 найбільших європейських компаніях було зайнято понад 1,5 млн осіб.

Проте більша частина європейських компаній була з невеликою кількістю працівників або без працівників і навіть іноді без конкретної мети господарської діяльності. Тобто це могли бути некласифіковані компанії (UFO SEs), зокрема і формально створені, але без ведення господарської діяльності.

Некласифіковані компанії можуть бути призначені для продажу іншим компаніям чи особам, які бажають швидко створити бізнес без проходження самостійно зайвих формальностей. Ще однією мотивацією для їхнього формування є те, що рівень участі трудового колективу в управлінні вирішується до створення компанії, тому працівникам важко вести переговори щодо цього, коли компанія вже створена.

Способи формування. Шляхом утворення спільної філії були сформовані 80 % компаній, 8 – через перетворення публічного

акціонерного товариства, раніше створеного згідно з національним законодавством, 4 – через об'єднання компаній, 8 % – невідомим способом.

Географічна структура. У кінці 2017 р. 2054 європейські компанії були зареєстровані в Чеській республіці, 491 – у Німеччині. Однак у Німеччині найбільша кількість компаній із кількістю співробітників понад 5 – 286 компаній.

Галузева структура. Європейські компанії переважно належать до таких секторів: невідомо (20 %), металургія (16), фінанси (15), торгівля (12), хімічна промисловість (8 %) тощо.

Дворівневу систему управління мали 83 % європейських компаній.

Інші загальноєвропейські юридичні форми компаній.

Регламент про статут європейської кооперативної спілки – Council Regulation (EC) No 1435/2003 of 22 July 2003 on the Statute for a European Cooperative Society (SCE) встановлює загальноєвропейську юридичну форму European Cooperative Society (SCE) як варіант для оформлення кооперативів, що функціонують у кількох країнах – членах ЄС.

Були також офіційні ініціативи щодо створення й інших гармонізованих загальноєвропейських юридичних форм компаній: європейська приватна компанія – European Private Company / Societas Privata Europaea (SPE) та приватної компанії з обмеженою відповідальністю з одним власником Single-member private limited liability company / Societas Unius Personae (SUP), проте ці пропозиції були відкликани.

2.6. ЄВРОПЕЙСЬКІ ОБ'ЄДНАННЯ З ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ

Основний документ: **Регламент про європейське об'єднання з економічних інтересів** – Council Regulation (EEC) No 2137/85 of 25 July 1985 on the European Economic Interest Grouping (EEIG).

Мета європейських об'єднань з економічних інтересів (European Economic Interest Grouping, EEIG) – сприяння розвитку економічної

діяльності своїх членів завдяки об'єднанню ресурсів, діяльності та навиків. Вони створюються компаніями й іншими юридичними особами з юридичною адресою в ЄС або фізичними особами, що займаються господарською діяльністю у співтоваристві. В об'єднанні має бути щонайменше два члени з різних країн – членів ЄС.

Угода про створення європейського об'єднання з економічних інтересів має містити таку інформацію:

- назва, юридична адреса, цілі;
- назва, реєстраційний номер і місце реєстрації кожного члена;
- тривалість дії об'єднання, крім випадку, якщо вона необмежена.

Про створення чи ліквідацію об'єднання слід повідомляти в Офіційному журналі ЄС.

Таким об'єднанням заборонено залучати інвестиції на публічній основі. Немає вимоги щодо обов'язкової наявності капіталу для створення об'єднання, проте члени несуть необмежену відповідальність за зобов'язаннями об'єднання. Європейські об'єднання з економічних інтересів не можуть мати кількість персоналу понад 500 осіб та не можуть управляти своїми членами.

Управляються об'єднання як мінімум двома органами: менеджер/и та діючі колективно члени. Кожний член має один голос, якщо більша кількість не передбачена для окремих членів. Водночас жоден член не повинен володіти простою більшістю голосів. Зазначені випадки, коли ухвалення рішень вимагає консенсусу членів (наприклад, перерозподіл кількості голосів членів, зміна обсягу їхніх внесків тощо). Європейські об'єднання з економічних інтересів працюють на неприбутковій основі, але якщо все ж утворюється прибуток, то його розподіляють серед членів й оподатковують.

2.7. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВЧАСНОСТІ ПЛАТЕЖІВ

Основний документ: **Директива про протидію простроченню платежів у комерційних транзакціях** – Directive 2011/7/EU of the European Parliament and of the Council of 16 February 2011 on combating late payment in commercial transactions.

Директива регулює комерційні платежі між компаніями (чи іншими суб'єктами господарської діяльності) або між компаніями та державними установами щодо оплати товарів і послуг. Винятки, які не підпадають під дію директиви: борги в межах процедури врегулювання питання неплатоспроможності, реструктуризація боргу, транзакції між споживачами тощо.

Якщо кредитор виконав свої контрактні зобов'язання, а дебітор прострочив платіж, то на користь кредитора має сплачуватись пеня без необхідності кредитору нагадувати про це. Положення контракту, що позбавляють права кредитора одержати пеню за прострочений платіж, не визнають дійсними.

У випадку комерційних платежів рахунок має бути сплачений протягом 60 днів (якщо сплачують державні установи – зазвичай протягом 30 днів), якщо інше не обумовлено контрактом.

Пеня має становити не менше 8 відсоткових пунктів, які додають до референтної ставки Європейського центрального банку, якою є зазвичай ставка для основних операцій рефінансування (*main refinancing operations*). Кредитор має право на одержання мінімальної фіксованої суми 40 євро від дебітора, а також на компенсацію інших витрат, пов'язаних зі стягненням заборгованості (наприклад, за юридичні послуги чи послуги колекторської компанії).

2.8. ЗВІТНІСТЬ КОМПАНІЙ

Основний документ: **Директива про річну фінансову звітність, консолідовану фінансову звітність і пов'язані звіти деяких видів підприємств** – Directive 2013/34/EU of the European Parliament and of the Council of 26 June 2013 on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings, amending Directive 2006/43/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directives 78/660/EEC and 83/349/EEC.

Директива спрямована на забезпечення порівнюваності фінансової звітності компаній, спрощення правил ведення бухгалтерського обліку і стосується компаній з обмеженою відповідальністю в ЄС.

Визначені в Директиві відмінності між компаніями різного розміру подано в табл. 2.1 (для всіх видів, крім великих підприємств, не мають бути перевищені цифри за двома критеріями із трьох). Додатково окреслені критерії класифікації за розміром угруповань компаній (материнська компанія та дочірні підприємства).

Таблиця 2.1
Критерії визнання видів підприємств за розміром

Вид підприємства	Активи (баланс), млн євро	Торговельний оборот, млн євро	Середня кількість працівників протягом фінансового року, осіб
Мікропідприємства	0,35	0,7	10
Малі підприємства	4	8	50
Середні підприємства	20	40	250
Великі підприємства	> 20	> 40	> 250

Джерело: Складено автором на основі: Directive 2013/34/EU of the European Parliament and of the Council of 26 June 2013 on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings, amending Directive 2006/43/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directives 78/660/EEC and 83/349/EEC.

Річна **фінансова звітність** повинна містити хоча б баланс (*balance sheet*), звіт про фінансові результати (*profit and loss account*) і примітки до фінансової звітності. Подані вимоги до їхнього складання (зокрема в додатках директиви). Додаткові вимоги можуть встановлювати країни-члени. Детальніші вимоги до звітності також залежать від розміру підприємства.

Звітність має бути оприлюднена у відповідному національному реєстрі. Середні та великі підприємства, а також установи публічного інтересу (наприклад, страхові, компанії у лістингу тощо) повинні проводити аудит.

У директиві визначено вимоги до **управлінського звіту** (*management report*). У ньому має міститися така інформація:

- фінансові та нефінансові показники;
- інформація щодо питань, пов'язаних з екологією та трудовим колективом;
- прогноз розвитку підприємства;
- діяльність у сфері досліджень і розробок;
- викуп власних акцій;
- інформація про філії;
- оцінка й управління ризиками.

Великі компанії публічного інтересу з кількістю працюючих понад 500 осіб до управлінського звіту мають додати також нефінансовий звіт (*non-financial statement*) з такою інформацією:

- опис бізнес-моделі компанії;
- політика компанії щодо екологічних, соціальних, трудових питань, захисту прав людини, протидії корупції та харбарництву;
- результати такої політики;
- ризики, пов'язані із зазначеними питаннями;
- нефінансові показники ефективності стосовно конкретного бізнесу.

Вони також повинні додати звіт про корпоративне управління (*corporate governance statement*).

Компанії, що контролюють інші компанії (крім малих або середніх груп компаній за дотримання низки умов) мають подавати консолідовану фінансову звітність і консолідований управлінський звіт.

Компанії у сфері видобувної промисловості, лісозаготівлі повинні оприлюднювати звіт щодо платежів на користь держави обсягом понад 100 000 євро протягом фінансового року.

Глава 3

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У ЄС

3.1. ГАРАНТІЇ НА ТОВАРИ

Основний документ: **Директива про певні аспекти продажу споживчих товарів та відповідні гарантії** (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).

У директиві під споживачем розуміють фізичну особу, що купує товари не для цілей торгівлі, бізнесу або професійної діяльності. Під **споживчими товарами** розуміють будь-які відчутні рухомі предмети, крім:

- товарів, що продають на виконання рішення суду;
- води і газу, якщо тільки їх не продають в обмеженому обсязі (тобто вода у пляшках, а газ у балонах є споживчими товарами, а ті, що подаються по трубах – ні);
- електроенергія;
- уживані товари (секонд-хенд), що продаються на публічному аукціоні (якщо так вирішує країна-член) або приватною особою.

Товари вважають такими, що **відповідають умовам контракту**, якщо на момент постачання споживачу вони:

- відповідають опису, наданому продавцем / мають якості показаного зразка;
- підходять для цілей, для яких зазвичай використовують товари такого самого типу;
- підходять для будь-якої цілі згідно з вимогами покупця, якщо це було прийнято продавцем;
- їхня якість і споживчі характеристики є задовільними, ураховуючи характер товарів і публічні заяви продавця, виробника або їхнього представника, зокрема у формі реклами або маркування.

Часові обмеження. Продавець відповідає за будь-яку невідповідність товару, що існувала на момент доставки споживачу або виникла протягом двох років від часу доставки за винятком ситуації, коли споживач знав про це на момент укладання контракту про купівлю. Після виявлення невідповідності споживач має два місяці, щоб про це повідомити (якщо таке обмеження передбачено у країні-члені). Якщо проблема з товаром виникла протягом шести місяців, то споживачу легше врегулювати це питання із продавцем. Якщо проблема виникла після шести місяців, то від споживача можуть вимагати доказів, що невідповідність товару існувала ще на момент доставки товару, отже, може знадобитися проведення технічної експертизи. У деяких країнах товари секонд-хенд можуть мати гарантію менше двох років, але не менше одного року.

Способи й умови несення відповідальності. Після повідомлення продавця про невідповідність товару споживач має право на безкоштовний ремонт або заміну товару протягом розумного часу без суттєвих незручностей для нього. Якщо ремонт або заміна не здійснюються на зазначених умовах, то споживач має право на відповідне зниження ціни або розірвання контракту. Проте він не може вимагати розірвання контракту, якщо невідповідність товару є несуттєвою.

У випадку невідповідності товару публічним заявам продавець усе ж не несе відповідальність, якщо він:

- не знав про зазначену заяву,
- виправив заяву на момент продажу товару,
- на рішення про купівлю не могла вплинути така заява.

Невідповідність внаслідок неправильної установки прирівнюються до невідповідності товару, якщо:

- установка передбачена контрактом і її здійснив продавець або інша особа під відповідальність продавця;
- передбачено, що установку здійснює покупець, а в інструкціях присутні неналежні вказівки.

Якщо несе відповідальність кінцевий продавець, то він також може вимагати компенсації від винної особи (наприклад, від винного проміжного постачальника / виробника).

Розрізняють два **види гарантії**: юридичну та комерційну. **Юридична гарантія** передбачає захист покупця у випадку дефектної продукції. Її надає продавець, гарантія є обов'язковою згідно із законодавством і не залежить від умов контракту купівлі. При поверненні товару за нею для ремонту або заміни транспортні витрати (пересилання) відшкодовує продавець.

Комерційна гарантія – це добровільна (додаткова) гарантія, що надається гарантом як власне зобов'язання у випадку певних дефектів. Вона також є зобов'язуючою для продавця або виробника, якщо вони її запропонували, згідно з умовами, поданими в гарантійному документі та пов'язаною із цим рекламою. Комерційна гарантія може бути врахована в ціну товару або пропонуватися за додаткову оплату.

Гарантійні умови повинні містити її тривалість, територіальні обмеження, назву й адресу особи, що надає гарантію. Країни – члени ЄС мають право прийняти й суворіші вимоги щодо гарантії.

Однак зазначена вище директива скасована новою **Директивою про певні аспекти стосовно контрактів на продаж товарів** – 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.

Імплементацию нової директиви країни-члени мають здійснити до середини 2021 р., а застосовувати її норми будуть до контрактів, укладених з початку 2022 р. Тобто, фактично, на момент публікації навчального посібника ще застосовують норми старої директиви, крім того, частину з норм старої директиви перенесено в нову. Однак у ній є і низка новацій, зокрема ті, що враховують тенденції діджиталізації.

Нова директива **охоплює** питання відповідності товарів умовам контракту між продавцями і споживачами, виправлення невідповідності та комерційної гарантії. Під її дію не підпадають:

- цифрові продукти і цифрові послуги, якщо тільки вони не охоплені пакетом до товарів, що продаються (товари із цифровими елементами);
- фізичні носії інформації (такі як DVD);

- товари, що продають за рішенням суду;
- за рішенням країн членів: уживані товари, що продають на публічних аукціонах, і живі тварини.

Товари, що постачають споживачу, мають відповідати умовам контракту (опису, типу, кількості, якості, характеристикам, придатності для зазначених цілей тощо) та об'єктивним **критеріям відповідності**:

- придатність для цілей, для яких використовують схожі товари;
- відповідність зразку, показаному споживачу;
- поставка разом з аксесуарами, інструкціями й упаковкою, що споживач обґрунтовано може очікувати;
- якості та характеристики, які споживач обґрунтовано може очікувати.

У випадку продажу товарів із цифровими елементами продавці мають інформувати і постачати споживачу оновлення, необхідні для забезпечення відповідності товару, протягом передбаченого періоду часу.

Часові аспекти. Директива підтверджує відповідальність продавця за невідповідність товару протягом двох років, але споживачу зазвичай не потрібно доводити, що дефект існував на момент доставки, якщо він подає скаргу протягом першого року.

Залежно від законодавства країни-члена, споживачі можуть обирати спосіб виправлення невідповідності, якщо про неї стає відомо протягом 30 днів з дня доставки, або можуть діяти спеціальні правила на випадок прихованих дефектів. Країни-члени також можуть застосовувати триваліший термін відповідальності продавця.

Комерційна гарантія є зобов'язуючою для продавця або виробника, якщо вони її запропонували на умовах, зазначених у гарантійному документі або в пов'язаній рекламі. У випадку розбіжностей у формулюваннях застосовують варіант, найкращий для споживача. Гарантію слід надавати зрозумілою мовою так, що на неї можливо посилатися в майбутньому. Вона повинна містити інформацію про підтвердження одержання компенсації / безкоштовного виправлення невідповідності у випадку дефекту, назву й адресу гаранта та процедуру й умови надання гарантії.

3.2. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ДЕФЕКТНУ ПРОДУКЦІЮ

Основний документ: **Директива про наближення законів, регламентів та адміністративних норм країн-членів щодо відповідальності за дефектну продукцію** – Council Directive 85/374/EEC of 25 July 1985 on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning liability for defective products.

Визначення. Директива відносить до поняття виробника:

- власне виробника продукції (сировини, компонента або кінцевого продукту);
- імпортера;
- особу, під торговельною маркою якої продають товар;
- або постачальника продукції, якщо неможливо визначити виробника або імпортера.

Під продуктом розуміють будь-які рухомі об'єкти, навіть якщо вони входять до складу іншого об'єкта, зокрема й електроенергію.

Під шкодою розуміють смерть чи поранення особи, або шкоду, завдану власності, призначеній для приватного використання або споживання, іншій ніж дефектна продукція. Проте директива не охоплює випадки, якщо шкода майну є меншою за 500 євро, а питання відшкодування моральної шкоди (біль або страждання) регулюють тільки національним законодавством.

Продукт вважають дефектним, якщо він не відповідає вимогам безпеки, які має очікувати від нього особа, урахувуючи всі обставини, зокрема подачу продукту, прийнятний спосіб його використання, час випуску на ринок. Проте продукт не вважають дефектним тільки на основі того, що на ринку присутні товари кращої якості.

Особа, яка зазнала шкоди, має **довести**:

- факт шкоди;
- наявність дефекту у продукції;
- причинно-наслідковий зв'язок між шкодою і дефектом;
- але вона не зобов'язана доводити факт вини чи недбалості виробника або імпортера, оскільки діє принцип "відповідальності без вини".

Відповідальність виробника може бути зменшена чи відхилена, якщо винною є постраждала особа. Країна-член також може встановити обмеження на рівень відповідальності виробника. Постраждала особа може подати на компенсацію протягом трьох років з моменту, коли їй стало чи мало стати відомо про шкоду, дефект та назву виробника. Проте виробник не несе відповідальність через 10 років після продажу продукції, що стала причиною шкоди, за винятком, якщо процесуальні дії з цього приводу вже почалися. У контракті купівлі-продажу заборонено обмежувати чи скасовувати відповідальність виробника перед постраждалою особою.

Виробника звільняють від відповідальності, якщо він доведе, що:

- не випускав продукт на ринок (наприклад, якщо він був украдений);
- дефект виник після продажу;
- продукт постачався на неприбутковій основі;
- продукт не був ним вироблений та не постачався ним у процесі його ділової активності;
- дефект виник внаслідок необхідності дотримання відповідності обов'язковим вимогам згідно із законодавством;
- рівень науково-технічного знання на момент випуску на ринок був недостатній для визначення дефекту (якщо країна-член не вирішить інакше у своєму законодавстві);
- у випадку виробника компоненту: якщо дефект пов'язаний із конструкцією кінцевого продукту або інструкціями виробника кінцевого продукту.

3.3. ДИСТАНЦІЙНІ КОНТРАКТИ ТА КОНТРАКТИ, УКЛАДЕНІ ПОЗА ДІЛОВИМИ ПРИМІЩЕННЯМИ

Раніше зазначені питання регулювали дві директиви: Директива про захист споживачів стосовно дистанційних контрактів і Директива про захист споживачів стосовно контрактів, що укладені поза діловими приміщеннями. Проте вони були скасовані новою більш комплексною **Директивою про права споживачів**

– 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.

Сфера дії. Дистанційні контракти охоплюють продажі, що не вимагають одночасної фізичної присутності сторін контракту в одному місці, з використанням засобів дистанційного зв'язку до моменту продажу і під час нього.

Контракти, що укладені поза діловими приміщеннями, на відміну від дистанційних, передбачають одночасну фізичну присутність продавця і покупця. До них також належать:

- контракти, укладені у приміщенні продавця або засобами дистанційного зв'язку, якщо пропозиція покупцю була здійснена за межами ділових приміщень продавця;
- контракти, укладені під час екскурсій, організованих продавцем за межами його ділових приміщень для цілей продажу чи рекламування товарів або послуг.

Діловими приміщеннями вважають як нерухомі, так і рухомі приміщення, у яких продавець веде діяльність на постійній чи звичайній основі.

Дія директиви не поширюється на:

- соціальні послуги (соціальне житло, догляд за дитиною, підтримка сімей та осіб, які потребують допомоги);
- послуги з охорони здоров'я;
- азартні ігри, букмекерські та лотерейні послуги;
- фінансові послуги;
- створення, придбання нерухомості чи передачу власності на нерухомість;
- будівництво нових будинків, їхнє значне переобладнання, надання в оренду приміщень з метою проживання;
- пакетні тури;
- таймшери, довгострокові послуги відпочинку і подібні послуги;

- випадки із залученням незалежної та неупередженої посадової особи, яка забезпечує правову інформацію для споживача;
- продаж продуктів харчування, напоїв і товарів для поточного споживання домогосподарствами, які продавець постачає в місце проживання чи роботи покупця на частій регулярній основі;
- пасажирські транспортні послуги;
- продажі за допомогою торговельних автоматів або автоматичних торговельних приміщень;
- контракти з операторами зв'язку через громадські телефони для їхнього використання або для використання одного з'єднання через телефон, інтернет або факс, встановленого споживачем.

Країни-члени можуть не розповсюджувати дію цієї директиви на контракти, укладені за межами ділових приміщень, на суму менше 50 євро (це пороговий рівень може бути меншим залежно від країни-члена).

Продавець зобов'язаний перед укладанням контракту надати **необхідну інформацію покупцю**. Вимоги щодо інформації є суворішими ніж у випадках звичайних продаж у місці ділових приміщень продавця (див. табл. 3.1). Зазначені вимоги також доповнюють вимоги щодо інформації, подані в Директиві про послуги на внутрішньому ринку (Directive 2006/123/EC) і Директиві про електронну комерцію (Directive 2000/31/EC).

Країни-члени можуть встановлювати додаткові вимоги щодо звичайних контрактів, вимоги щодо мови інформації для дистанційних контрактів і контрактів, укладених поза діловими приміщеннями, а також робити винятки для звичайних контрактів у випадку повсякденних транзакцій, що виконуються негайно під час укладання.

Таблиця 3.1

Зобов'язання продавця щодо інформування покупця

Характер інформації	Звичайні контракти продажу	Дистанційні контракти / контракти за межами ділових приміщень
Характеристики товару чи послуги	+	+
Назва продавця, адреса реєстрації та телефон	+	+
За наявності: факс, e-mail, адреса і назва продавця, від імені якого здійснюють продаж		+
Фактична адреса продавця і за наявності особи, від імені якої здійснюють продаж, куди можна подати скаргу		+
Ціна з урахуванням усіх податків, або спосіб її розрахунку	+	+
Вартість доставки	+	+
Вартість послуг дистанційної комунікації (наприклад дзвінка), якщо вона відрізняється від звичайної		+
Якщо це доречно, умови оплати, доставки і виконання контракту, час доставки, політика поводження зі скаргами	+	+
Інформація про передбачене законодавством право повернення товару / анулювання контракту або його відсутність; умови, часові обмеження і процедури для цього, зразок форми заявки для цього		+
Якщо це доречно, інформація щодо такого випадку: якщо контракт анулюють, то покупець сплачує вартість повернення (пересилки / транспортування) товару і, якщо це передбачено законодавством, розумну компенсацію продавцю		+

Закінчення табл. 3.1

Характер інформації	Звичайні контракти продажу	Дистанційні контракти / контракти за межами ділових приміщень
Дійсність юридичної гарантії відповідності товару, і за наявності – комерційної гарантії, умови післяпродажного обслуговування	+	+
Наявність відповідних кодексів поведінки і де можна взяти їхні копії		+
Якщо це доречно, тривалість контракту, а якщо його укладають на невизначений термін чи продовжують автоматично, умови припинення його дії	+	+
Якщо це доцільно, мінімальний термін зобов'язань споживача за контрактом		+
Якщо доречно, умови депозиту або іншої фінансової гарантії на вимогу продавця		+
Якщо це доцільно, функціональність цифрового контенту, урахуваючи заходи технічного захисту	+	+
Якщо це доречно, сумісність цифрового контенту з обладнанням і програмним забезпеченням	+	+
Якщо це доцільно, можливості позасудового врегулювання проблем скарг і компенсації		+

Джерело: Складено автором на основі: 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.

Вимоги щодо інформації розповсюджуються, зокрема, і на постачання води, газу, електроенергії та опалення на контрактній основі, а також на цифровий контент без матеріального носія. У випадку публічного аукціону інформація про продавця може бути замінена інформацією про організатора аукціону.

У випадку контрактів за межами ділових приміщень інформацію надають споживачу в паперовій формі, або іншій формі, якщо це погоджено зі споживачем.

За дистанційними контрактами продавець має забезпечити, щоб споживач знав, що здійснення замовлення означає зобов'язання оплатити його. Якщо для цього використовують кнопку, то вона має містити позначення "замовлення із зобов'язанням сплатити" або еквівалентне зрозуміле позначення. Вебсайти, призначені для продажу товарів чи послуг, повинні містити інформацію, доступну перед початком здійснення замовлення, про обмеження у доставці та прийнятні засоби платежу.

Якщо здійснюють телефонний дзвінок, то продавець має назватися і зазначити комерційну мету на початку дзвінка. Продавець повинен надати покупцю підтвердження про укладання контракту з перерахованими у таблиці пунктами інформації на належному носії, який дозволяє зберігати цю інформацію в незмінному вигляді тривалий час. Ця інформація має бути надана протягом розумного терміну, не пізніше часу доставки товару чи початку надання послуги.

Після укладання контракту постачальник має 30 днів, щоб **поставити товар**, якщо інше не зазначено в контракті. Якщо продавець не може цього зробити, то термін доставки зазвичай збільшують за погодженням зі споживачем, а у випадку прострочення і подовженого терміну, контракт анулюють. Якщо товари чи послуги не доступні, то сплачена сума покупцем має бути повернута протягом 30 днів.

За дистанційними контрактами або контрактами за межами ділових приміщень **право повернення товару** / анулювання контракту продажу діє протягом 14 днів (правила ЄС не гарантують право повернення у випадку купівлі в магазині звичайним способом, але це питання може регулюватися на національному рівні або гарантуватися безпосередньо продавцями). Покупець

при цьому не зобов'язаний вказувати причину анулювання і не несе штрафних санкцій. Проте від нього зазвичай можна вимагати компенсації прямих витрат на повернення товару і компенсації зменшення вартості товару внаслідок використання іншим способом, ніж це необхідно для оцінки функціональності товару.

Відлік зазначених 14 днів починається з дня:

- укладання контракту на надання послуг,
- одержання товару споживачем

Цей період збільшують до 12 місяців, якщо продавець не надав передбачену законодавством ЄС інформацію. Після повернення товару продавець має відшкодувати його вартість покупцю протягом 14 днів. Додаткові договори також анулюють без затрат для покупця.

Право на повернення товару / анулювання контракту не діє у таких випадках:

- контракт на надання послуги, якщо вона була повністю надана;
- якщо ціни залежать від коливань на фінансовому ринку, які не контролює продавець;
- товар був вироблений згідно зі специфікаціями споживача чи персоналізований;
- товар є швидкопсувним;
- розпакований товар, який не повертають з міркувань гігієни чи охорони здоров'я;
- товар, який після доставки змішаний з іншими предметами / речовинами, і не може бути відокремлений;
- алкогольні напої з терміном доставки більше 30 днів, якщо ціни на них залежать від коливань цін на ринку, які не контролює продавець;
- якщо споживач спеціально запросив візит продавця для здійснення послуг термінового ремонту;
- аудіо- чи відеозапис або комп'ютерна програма, якщо упаковка носія була відкрита;
- газети і журнали, крім контрактів на підписку таких публікацій;
- контракти, укладені на публічному аукціоні;

- надання послуг із поселення (крім постійного проживання), харчування, організації дозвілля чи транспортних послуг в обговорену дату чи період часу;
- постачання цифрового контенту без матеріального носія, якщо споживач погодився, що він після початку використання втрачає право на його повернення.

3.4. НЕДОБРОСОВІСНІ ТОРГОВЕЛЬНІ МЕТОДИ

Основний документ: **Директива про недобросовісні торговельні методи підприємств щодо споживачів на внутрішньому ринку** – Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council ('Unfair Commercial Practices Directive').

Директива передбачає заборону двох видів нечесної комерційної практики: практики, що вводить в оману, й агресивної комерційної практики. Також зазначено, що деякі групи осіб мають бути особливо захищені (діти, люди похилого віку або люди з обмеженими можливостями).

Комерційна практика, що вводить в оману, охоплює випадки, коли продавець надає неправдиву інформацію або інформацію, що може ввести споживача в оману, навіть якщо інформація є правдивою. Ідеться про інформацію щодо:

- природи продукту;
- основних характеристик продукту (наявність, переваги, ризику, склад, дата виробництва, кількість, комплектність, географічне походження, очікувані результати від використання, результати тестування тощо);
- рівня зобов'язань продавця, мотивації до комерційної практики, особливостей процесу продажу тощо;
- ціни, способу її розрахунку або наявності цінових переваг;
- необхідності ремонту або обслуговування;

- продавця (назва, кваліфікація, відзнаки, наявність інтелектуальної власності);
- прав споживача.

До такої практики також належать:

- маркетинг і реклама продукту, які призводять до того, що товар можна сплутати з іншим продуктом або торговельною маркою конкурента;
- невідповідність продавця кодексам поведінки, яких він зобов'язався дотримуватися;
- ненадання покупцю інформації, суттєвої для прийняття рішення про покупку.

Агресивна комерційна практика. Рішення про купівлю споживач має ухвалювати вільно. На нього не повинен здійснюватися тиск у вигляді погроз чи використання фізичної сили. Заборонено здійснювати також тиск в інший спосіб, якщо це суттєво обмежує здатність споживача ухвалювати інформоване рішення. Приклади агресивної комерційної практики:

- погрози або використання образливих висловлювань;
- якщо продавець скористався скрутним становищем покупця для впливу на його рішення;
- обтяжливі чи непропорційні неконтактні бар'єри, що створює продавець для споживача, який хоче скористатися правами згідно з контрактом, серед яких право припинити дію контракту або перейти на інший продукт чи до іншого продавця;
- погрози вчинити незаконні дії.

Для цілей детального роз'яснення щодо застосування норм директиви було ухвалено додатковий документ: **Керівництво щодо застосування Директиви про недобросовісні торговельні методи** – 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 stimulating cross-border e-Commerce for Europe's citizens and businesses [COM(2016) 320 final].

У документі подані **приклади обмежень** у сфері недоброчесних торговельних методів:

- низькі ціни в рекламі як приманка, наприклад, коли кількість дешевого товару насправді обмежена – споживачі мають право знати про кількість доступних для продажу товарів і як довго пропозиція буде діяти;
- не можна рекламувати послуги як безкоштовні, якщо їхня вартість фактично входить у звичайну ціну;
- продавець не має пропонувати дітям попросити своїх батьків купити їм товари (маніпуляція дітьми);
- якщо товари рекламують як ті, що володіють терапевтичними властивостями для здоров'я, то це має бути науково підтвердженим;
- не дозволено прихована реклама, реклама має бути чітко визначена як реклама, також слід зазначати, ким було профінансовано розміщення інформації;
- фінансові піраміди;
- не можна рекламувати призи і подарунки, якщо для їхнього одержання потрібно сплатити гроші;
- не можна зазначати, що споживач одержує спеціальні переваги, якщо вони вже гарантовані законодавством;
- не можна тиснути на споживача тим, що пропозиція є обмеженою, якщо насправді вона не є такою і це обмежує право споживача прийняти інформоване рішення;
- не дозволено робити регулярні і незатребувані пропозиції товарів і послуг.

3.5. РЕКЛАМА, ЩО ВВОДИТЬ В ОМАНУ, І ПОРІВНЯЛЬНА РЕКЛАМА

Основний документ: **Директива про рекламу, що вводить в оману, і порівняльну рекламу** – Directive 2006/114/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 concerning misleading and comparative advertising.

Реклама, що вводить або може ввести в оману заборонена. Критерії, від яких це залежить, передбачають:

- характеристики товарів або послуг (доступність, природа, склад, спосіб виробництва чи надання, придатність для цілей споживача, очікувані результати від використання, кількість, походження, результати тестів тощо);
- ціну або спосіб її розрахунку, умови доставки чи надання;
- природу, якості та права рекламодавця.

Порівняльна реклама означає, що вона явно чи ні, але містить посилання на конкурента або конкуруючі товари чи послуги. Реклама дозволена тільки за умов, що вона:

- не вводить в оману;
- її застосовують до товарів чи послуг, призначених для такої самої цілі;
- поводять об'єктивно з відповідними характеристиками товарів або послуг, що можуть бути перевірені (наприклад ціна);
- уникає плутанини між продавцями, торговельними марками, товарами чи послугами;
- не дискредитує, не імітує і не одержує переваги від торговельної марки конкурента тощо.

Існує також судовий прецедент, згідно з яким рекламу, що порівнює цінові рівні різних супермаркетів на основі вибірки товарів, вважають такою, яка вводить в оману, і є забороненою.

3.6. НЕДОБРОСОВІСНІ УМОВИ КОНТРАКТУ

Основний документ: **Директива про недобросовісні умови у споживчих контрактах** – Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts.

Визначення. Недобросовісною є умова контракту, що не може бути змінена шляхом індивідуальних переговорів, якщо вона встановлює суттєвий дисбаланс між правами й обов'язками сторін контракту на шкоду споживачу. Споживачі не зобов'язані виконувати такі умови, але зобов'язані виконувати

решту умов контракту. А у випадку двозначності у тлумаченні умови застосовують те тлумачення умови, що є сприятливішим для споживача. Проте зазначену директиву не застосовують до контрактних умов, що відображають обов'язкові положення чи норми або походять із діючих міжнародних угод.

У додатку до директиви подано невичерпний **перелік недобросовісних умов**, наприклад:

- відсутність юридичного зобов'язання продавця у випадку смерті або поранення внаслідок дії або бездіяльності продавця чи постачальника;
- вимога до споживача сплатити непропорційно високу компенсацію у випадку невиконання ним своїх зобов'язань;
- автоматичне продовження контракту із фіксованим терміном, якщо споживач не зазначив своє бажання не продовжувати його, а кінцева дата для прийняття ним відповідного рішення не виправдано рання;
- припинення дії контракту із невизначеним терміном дії без повідомлення про це споживача, якщо тільки на це немає серйозних підстав;
- зв'язування споживача умовами, з якими він не мав фактичної можливості ознайомитися до укладання контракту;
- зміна умов контракту або характеристик товару чи послуги одностороннім шляхом продавцем без серйозної на те причини;
- можливість односторонньої зміни ціни продавцем без права покупця відмовитись від виконання контракту, якщо зростання ціни є значним тощо.

Для останніх пунктів передбачені винятки у випадку надання фінансових послуг.

Для цілей детального роз'яснення щодо застосування норм Директиви було ухвалено додатковий документ: **Керівництво про інтерпретацію і застосування Директиви про недобросовісні умови контракту** – Guidance on the interpretation and application of Council Directive 93/13/EEC on unfair terms in consumer contracts (2019/C 323/04).

3.7. ГЕОБЛОКУВАННЯ

Основний документ: **Регламент про поводження із неправомірним геоблокуванням та іншими формами дискримінації на основі громадянства, місця проживання або заснування в межах внутрішнього ринку**: 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.

Регламент спрямований на запобігання необґрунтованого геоблокування та інших форм дискримінації, пов'язаних із громадянством, місцем проживання чи перебування в онлайн- і офлайн-транзакціях у ЄС. Проте регламент не застосовують до деяких видів послуг, таких як фінансові, аудіовізуальні, транспортні, медичні, соціальні; послуг, захищених авторським правом (наприклад, трансляції музики, продажу електронних книг, комп'ютерних програм, відеоігр).

Геоблокування полягає в унеможливленні для клієнта доступу до продукції та послуг, що пропонує вебсайт в іншій країні, та їхньої купівлі. Наприклад, шляхом транскордонного блокування доступу до вебсайту, унеможливлення здійснення замовлення, купівлі, якщо споживач заходить на вебсайт з-за кордону. Регламентом також обмежені можливості для рерутингу (перенаправлення на вебсайт в іншій країні).

Регламент не зобов'язує продавців здійснювати доставку за кордон. Щодо цінового регулювання документ не допускає цінову дискримінацію для споживачів із різних країн, зокрема якщо покупець забирає сам товар, хоча ціни на доставку в різні країни можуть відрізнятися.

У межах одного засобу платежу також не дозволяють дискримінувати за ознакою громадянства клієнта, місця проживання чи заснування, розміщення рахунку для платежу, розміщення провайдера платіжних послуг, місця випуску засобу платежу.

3.8. ЗАЗНАЧЕННЯ ЦІН

Основний документ: **Директива про захист споживачів при зазначенні цін на товари, що пропонуються споживачам** – Directive 98/6/EC of the European Parliament and of the Council of 16 February 1998 on consumer protection in the indication of the prices of products offered to consumers.

Директива вимагає зазначати не тільки звичайну ціну продажу (зокрема за упаковку), а й **ціну за натуральну одиницю** виміру (кг, л, м², м³ або іншу одиницю, прийняту у практиці торгівлі конкретним видом продукції). У випадку продажу товарів, які продають на вагу / насипом (без упаковки зі зважуванням при споживачу), подають тільки ціну за натуральну одиницю.

Ціну слід подавати з урахуванням ПДВ та інших податків, чітко і без незрозумілих формулювань. Ці вимоги стосуються і реклами, якщо в ній ідеться і про ціну.

Передбачені **винятки**, коли зазначення ціни за натуральну одиницю не вимагають (або це вирішують на рівні країни-члена), зокрема у випадку:

- поставки товарів у процесі надання послуги;
- продажу під час аукціону, витворів мистецтва, антикваріату;
- якщо таке зазначення не є корисним або може призвести до плутанини;
- продажу нехарчових товарів, крім товарів згідно з переліком;
- якщо ціна за натуральну одиницю ідентична звичайній ціні.

3.9. УРЕГУЛЮВАННЯ СУПЕРЕЧОК У СФЕРІ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

Для врегулювання суперечок у сфері забезпечення прав споживачів можливі такі варіанти:

1. **Неформальне врегулювання.** Для цього споживач звертається до продавця, бажано із доказами (контракт, рахунок тощо). У разі незадоволення вимог споживача можна вдатися до інших варіантів:

- звернення до *організації у сфері захисту прав споживачів* чи іншого відповідного національного регуляторного органу;

- звернення до одного з Європейських центрів споживачів / *European Consumer Centres (ECC-net)*, якщо купівля була здійснена за кордоном у ЄС, Норвегії або Ісландії.

2. **Альтернативна процедура розв'язання суперечок за допомогою нейтральних органів / осіб**, таких як *посередник у врегулюванні спорів, арбітри, уповноважений із прав людини, комісія з розгляду скарг*. Якщо купівля була здійснена онлайн, то можна скористатися можливостями спеціального вебсайту *Online dispute resolution (ODR) website*.

Детальнішу інформацію можна знайти в **Директиві про альтернативний механізм урегулювання суперечок у сфері забезпечення прав споживачів** – Directive 2013/11/EU of the European Parliament and of the Council of 21 May 2013 on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 і **Директиві про онлайн-механізм розв'язання суперечок у сфері забезпечення прав споживачів** – Directive 2009/22/EC і Regulation (EU) No 524/2013 of the European Parliament and of the Council of 21 May 2013 on online dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC.

3. **Формальний судовий процес**. Можливі такі його варіанти:

- *Спрощений механізм* передбачений, якщо сума позову становить до 5 000 євро і відповідач перебуває в іншій країні ЄС (див. **Регламент, що встановлює Європейську процедуру для малих позовів** – Regulation (EC) No 861/2007 of the European Parliament and of the Council of 11 July 2007 establishing a European Small Claims Procedure). У межах *Європейської процедури для малих позовів* не обов'язково наймати адвоката, а саму процедуру виконують переважно дистанційно шляхом листування.
- *Звичайний судовий процес*. Цей процес може відбуватися й у країні споживача, навіть якщо відповідач заснований за кордоном, якщо останній здійснює комерційну і професійну діяльність в або відносно країни позивача. У випадку неможливості оплатити вартість процедури, споживач може звернутися за фінансовою допомогою.

- Дистанційна процедура *Європейський наказ на оплату / European Payment Order* (для стягнення грошової компенсації з відповідача в іншій країні ЄС), наприклад, якщо було вже рішення суду або немає заперечень від відповідача. Проте якщо відповідач заперечує, то справа передають до звичайного суду. Детальнішу інформацію див. у **Регламенті, що створює процедуру Європейського наказу на оплату** – Regulation (EC) No 1896/2006 of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 creating a European order for payment procedure).

3.10. ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ Й УГОДА ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ І ЄС

Глава 20 (Захист прав споживачів) Угоди про асоціацію між Україною і ЄС (УА) передбачає *гармонізацію законодавства України з ЄС* протягом трьох років у таких сферах: безпека продукції, маркетинг, договірне право, недобросовісні умови контракту, продаж поза торговельними точками, фінансові послуги, споживче кредитування, компенсація, примусові дії, співпраця.

У частині **судового захисту**:

- упроваджено норми щодо забезпечення позову: виробник або продавець повинен замінити потенційно небезпечний товар на якісний уже до встановлення судом винуватця, відповідач має покласти суму, що фігурує в позові, на депозит як забезпечення виконання рішення суду;
- дозволено подачу колективних позовів або позовів від організації захисту прав споживачів, що здешевлює витрати на адвоката і полегшує можливість довести системні порушення прав споживачів.

Глава 4 ТЕХНІЧНЕ РЕГУЛЮВАННЯ В ЄС

4.1. ЕВОЛЮЦІЯ ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В ЄС І СФЕРИ ГАРМОНІЗАЦІЇ

Технічне регулювання встановлює вимоги до продукції з метою захисту безпеки й інтересів споживачів, довкілля та інших схожих цілей.

Еволюція технічного регулювання в ЄС пройшла **чотири** фази:

- старий підхід – з детальними нормами, що охоплювали технічні й адміністративні вимоги;
- новий підхід з 1985 р., коли гармонізували тільки необхідні вимоги, а технічні деталі мали вказувати в гармонізованих європейських стандартах, що є добровільними;
- розвиток інструментів оцінки відповідності згідно з нормативними актами в межах нового і старого підходів;
- нова законодавча система із 2008 р., що побудована на новому підході і містить усі необхідні елементи для ефективної оцінки відповідності, акредитації установ, які здійснюють оцінку відповідності продукції необхідним вимогам, і ринкового нагляду, ураховуючи контроль за продукцією, що походить із третіх країн (з-за меж ЄС).

Гармонізоване законодавство ЄС у сфері технічного регулювання застосовують до:

- товарів, що виходять на ринок, і до наступних операцій, у межах яких вони досягають кінцевого користувача;
- усіх форм продажу;
- якщо продаж здійснюють через каталог або електронну комерцію – коли каталог або вебсайт спрямовують пропозицію на ринок ЄС й охоплюють систему замовлень і доставки; якщо ж товар не спрямований на ринок ЄС (при визначенні цього враховують такі критерії: розміщення про-

давця за межами ЄС, географічна зона доставки, мова інформації, засоби платежу тощо) чи не відповідає необхідним вимогам ЄС, про це має бути чітко зазначено;

- до нових продуктів, а також уживаних і товарів секонд-хенд, що імпортують із третіх країн, коли вони потрапляють до ЄС уперше;
- до всіх кінцевих продуктів, хоча є винятки, коли компоненти й аксесуари вважають також кінцевою продукцією згідно з окремими нормами; також факт того, що компоненти мають маркування відповідності необхідним вимогам, саме по собі ще не означає, що кінцевий продукт відповідає їм теж.

Продукт, що зазнав суттєвих змін, які впливають на його функціональність, мету чи тип, вважають новою продукцією. Тоді особу, що внесла зміни, вважають виробником із зобов'язаннями щодо оцінки відповідності необхідним вимогам.

Кінцевий користувач продукту не несе зобов'язань як економічний оператор згідно з гармонізованим законодавством у сфері технічного регулювання.

4.2. ВИПУСК ПРОДУКЦІЇ НА РИНОК

Надання доступу до (або розповсюдження, реалізація, пропозиція) **продукту на ринку** (*making available on the market*) означає розповсюдження продукту у процесі комерційної діяльності за плату або безкоштовно для використання кінцевим споживачем. Це поняття також передбачає здійснення пропозиції придбати або використовувати товар.

Продажі від споживача до споживача (C2C) зазвичай не вважають комерційною діяльністю. Проте іноді це можна розглядати як комерційну діяльність залежно від регулярності поставок, намірів постачальника тощо.

Випуск продукту на ринок (*placing on the market*) відбувається, коли доступ до нього на ринку надають уперше, тобто,

коли товар уперше надходить у продаж. Не вважають випуском на ринок:

- виробництво для власного споживання, крім передбачених винятків;
- купівлю споживачем товару в іншій країні під час перебування в ній із подальшим завезенням її в ЄС для власного споживання;
- передачу продукту виробником із третьої країни авторизованому представнику в ЄС з метою оцінки відповідності продукту;
- транзит імпортової продукції по території ЄС, перебування у вільних економічних зонах, складах, у режимі тимчасового випуску на територію ЄС;
- виробництво продукту в ЄС для експорту у треті країни або виробництво компоненту для створення кінцевого продукту для такого експорту;
- передачу для тестування продукції, яку ще вважають такою, що перебуває на стадії виробництва;
- показ продукції на виставках і ярмарках – за певних умов;
- перебування продукції на складах виробника чи уповноваженого представника в ЄС чи імпортера, якщо товар ще не доступний на ринку.

4.3. НОВИЙ ПІДХІД ДО ТЕХНІЧНОЇ ГАРМОНІЗАЦІЇ І ГЛОБАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ВІДПОВІДНОСТІ

Основний документ: **Регламент про новий підхід до технічної гармонізації і стандартів** – Council Resolution 85/C 136/01 of 7 May 1985 on a new approach to technical harmonization and standards.

Регламент започаткував підхід, за якого мають розробляти загальні правила для окремих секторів чи груп продуктів, а також типів ризиків. Ці правила прописують у відповідних галузевих директивах.

У документі встановлено принципи для європейської політики стандартизації, зокрема, країни-члени мають:

- здійснювати ревізію технічного регулювання з метою скасування застарілих або надмірних норм,
- забезпечувати взаємне визнання результатів перевірок продукції.

Законодавча *гармонізація* у сфері технічного регулювання має **обмежуватися необхідними вимогами** щодо безпеки замість гармонізації специфікацій виробників. Необхідні вимоги стосуються захисту здоров'я і безпеки користувачів (зазвичай споживачів або працівників), але можуть містити й інші фундаментальні вимоги (захист власності, обмежених ресурсів і довкілля).

Влада країн-членів повинна визнавати, що продукцію, вироблену згідно з вимогами гармонізованих стандартів, вважають такою, яка відповідає необхідним вимогам, а якщо продукція не відповідає гармонізованим стандартам, то виробник має окремо довести відповідність продукції необхідним вимогам, прописаним у галузевій директиві.

Способами засвідчення відповідності товарів можуть бути:

- сертифікати і маркування про відповідність, надані третьою стороною;
- результати тестування третьою стороною;
- декларація про відповідність виробника, що може також доповнюватися системою нагляду;
- інші способи, що передбачені відповідною галузевою директивою, яку застосовують до цього виду продукції.

Проте все ж країни-члени можуть заборонити продаж товарів, якщо вони загрожують безпеці осіб, домашніх тварин чи власності, навіть якщо було проведено оцінку їхньої відповідності необхідним вимогам. Однак це має бути обґрунтовано країною-членом і повідомлено Європейській комісії, що проводить із нею консультації.

Резолюція про глобальний підхід до оцінки відповідності
– Council Resolution of 21 December 1989 on a global approach to conformity assessment.

Резолюція визначила керівні принципи європейської політики щодо **оцінки відповідності**. Вона окреслила напрями подальшого розвитку технічного регулювання ЄС у напрямі модульного підходу для різних етапів процедур оцінки відповідності, забезпечення взаємного визнання результатів оцінки відповідності, принципів акредитації організацій, що займаються оцінкою відповідності продукції тощо.

Комунікація ЄК "Удосконалення імплементації директив нового підходу" – Communication from the Commission of 7 May 2003 to the Council and the European Parliament "Enhancing the implementation of the New Approach Directives" [COM(2003) 240 final – Not published in the Official Journal].

Комунікація зазначає, що часто вимагається **обмін інформацією між нотифікованими установами**, які перевіряють товари на відповідність вимогам, щодо скасування чи відмови в наданні сертифікатів відповідності. Проте виробники все ж можуть подавати невідповідні продукти до нотифікованих установ різних країн-членів, сподіваючись, що хоча б якийсь із них надасть позитивну оцінку. З огляду на це ЄК закликала розповсюджувати вимогу щодо обміну такою інформацією на ширше коло директив.

4.4. ЄВРОПЕЙСЬКІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗІ СТАНДАРТИЗАЦІЇ

Організації у сфері промислових стандартів розробляють технічні специфікації для продукції, але останні мають статус добровільних стандартів. Європейська комісія делегує право затверджувати **гармонізовані стандарти** Європейським організаціям зі стандартизації. До них, зокрема, належать Європейський комітет зі стандартизації / European Committee for Standardisation (CEN), Європейський комітет з електротехнічної стандартизації / European Committee for Electrotechnical Standardisation (CENELEC), Європейський інститут із телекомунікаційних стандартів / European Telecommunications Standards Institute (ETSI).

Членами **Європейського комітету зі стандартизації**, наприклад, є всі країни – члени ЄС, а також низка країн за межами ЄС (три країни Європейської асоціації вільної торгівлі і три країни – кандидати на членство в ЄС). Через його інтернет-портал можна знайти перелік стандартів, залежно від сфери, що цікавить або за ключовими словами (<https://standards.cen.eu/dyn/www/f?p=CENWEB:105::RESET:::>). Далі можна дізнатися основну інформацію про відповідний стандарт, але перегляд тексту стандарту в більшості випадків можливий на оплатній основі через пункти продажу, якими є національні органи зі стандартизації.

При розробці європейських стандартів ураховують наявність міжнародних стандартів ISO, багато з яких увійшли до системи європейських стандартів.

4.5. НАЦІОНАЛЬНЕ ТЕХНІЧНЕ РЕГУЛЮВАННЯ І ВІЛЬНИЙ РУХ ТОВАРІВ

Комунікація ЄК "Взаємне визнання в контексті виконання плану дій для єдиного ринку" – Communication from the Commission "Mutual recognition in the context of the follow-up of the action plan for the single market" [COM (1999) 299].

Комунікація фіксувала поточний стан справ у сфері взаємного визнання відповідності товарів між країнами – членами ЄС, що вимагається від країн згідно із принципами єдиного ринку. Принцип взаємного визнання гарантує вільний рух товарів і послуг без необхідності гармонізувати національне законодавство. Не можна забороняти продаж товарів чи послуг, що законно вироблені в одній країні-члені, в іншій країні – члені ЄС. Можливий виняток – якщо заборона на продаж із міркувань захисту здоров'я, прав споживачів і довкілля. Водночас у комунікації зазначали, що країни на практиці іноді зловживають цим.

Для врегулювання можливих відхилень від принципу взаємного визнання був прийнятий **Регламент, що встановлює процедури із застосування деяких національних технічних правил до продукції, яку легально продають в іншій країні-**

члені – Regulation (EC) No 764/2008 of the European Parliament and of the Council of 9 July 2008 laying down procedures relating to the application of certain national technical rules to products lawfully marketed in another Member State.

Кожна країна-член зобов'язана підтримувати хоча б один контактний пункт щодо продукції (*Product Contact Point*) для надання інформації про технічні правила, що діють на її території.

Регламент встановлює процедури моніторингу країнами – членами ЄС відповідності національним технічним правилам щодо товарів, які не покриваються дією гармонізованих правил. Це стосується адміністративних рішень, що забороняють випуск на ринок продукту, вимог модифікації або додаткового тестування перед випуском на ринок, зняття з продажу продукту.

Країни-члени, що ухвалюють рішення про недопущення товару на свій ринок, мають повідомити про це відповідного економічного оператора (виробника / продавця) і надати об'єктивні причини відмови. Не дозволено вимагати тимчасово зняти продукт із продажу на час оцінки відповідності, крім випадків, коли продукт несе серйозний ризик для безпеки чи здоров'я споживачів або заборонений у країні-члені з міркувань захисту публічної моралі або державної безпеки.

4.6. БЕЗПЕКА ПРОДУКЦІЇ

Основний документ: **Директива про загальну безпеку продукції** – Directive 2001/95/EC of the European Parliament and the Council of 3 December 2001 on general product safety.

Зазначена директива регулює вимоги до безпеки продукції в тих випадках, коли немає секторальних регламентів ЄС, що регулюють питання безпеки для відповідної категорії товарів, або якщо норми секторальних регламентів недостатні. Винятком із дії цієї директиви є вживані продукти (секонд-хенд), якщо вони є предметами антикваріату або потребують ремонту і про це споживача повідомив продавець.

Директивою дозволено продавати тільки безпечні продукти. При **визначенні безпечності**, зокрема, беруть до уваги характе-

ристики продукту (склад, упаковка, інструкції для збирання й обслуговування), вплив на інші продукти, маркування й інструкції для використання, вразливість для окремих категорії споживачів (зокрема дітей, людей похилого віку).

Продукт вважають безпечним, якщо він відповідає нормам безпеки згідно з європейським законодавством, а за відсутності його нормам національного законодавства країни-члена, де його продають, або європейським стандартам, а за відсутності відповідних регламентів або стандартів:

- добровільним національним стандартам;
- рекомендаціям Європейської комісії;
- стандартам країни-члена, де товар продають;
- кодексам передового досвіду щодо здоров'я і безпеки;
- поточному стану науки і техніки;
- очікуванням споживачів.

На продукції чи у супровідних документах потрібно зазначити виробника й інформацію про продукт, щоб була можливість відстеження його походження. Виробники мають надавати інформацію споживачам, необхідну для оцінки загрози, пов'язаної із продукцією.

Якщо виробники або дистриб'ютори виявляють, що **товар є небезпечним**, то вони повинні повідомити про це компетентні органи, зазначити попередження і за необхідності зняти з продажу та відкликати товар від споживачів добровільно або на вимогу компетентних органів.

Запроваджена система швидкого попередження про небезпеку **"RAPEX"** для товарів, які несуть серйозні ризики для споживачів. Через неї країни-члени інформують Європейську комісію про відповідні виявлені загрози. Її інформація щодо небезпечних товарів та характеру їхньої небезпеки доступна для перегляду онлайн. Аналогом RAPEX у сфері продуктів харчування і кормів є система **"RASFF"**.

Стосовно небезпечних продуктів ЄК ухвалює рішення терміном на один рік з можливістю пролонгації щодо:

- запровадження обмежень з міркувань безпеки споживачів;
- заборони використання певних речовин;

- вимоги виробникам робити відповідні попередження, що додають до продукції.

Детальніше функціонування системи "RAPEX" регламентує **Рішення, що затверджує правила управління Європейською системою швидкого попередження про небезпеку "RAPEX"** – Commission Implementing Decision (EU) 2019/417 of 8 November 2018 laying down guidelines for the management of the European Union Rapid Information System 'RAPEX' established under Article 12 of Directive 2001/95/EC on general product safety and its notification system.

Рішення спрямоване на належне функціонування "RAPEX", визначення методів оцінки ризику, взаємодію між "RAPEX" та платформою Інформаційно-комунікаційної системи ринкового нагляду / Information and Communication System on Market Surveillance platform (ICSMS).

Рішення не стосується таких видів продукції: харчових продуктів, кормів, медичних препаратів і пристроїв, імплантантів, уживаних товарів, антикваріату, товарів, що потребують ремонту, устаткування провайдерів професійних послуг.

Добровільні або примусові заходи, які повідомляють через систему, можуть передбачати:

- маркування і попередження споживачів про ризики;
- продаж за дотримання певних умов;
- тимчасове припинення постачання або демонстрації продукції;
- заборона продажу;
- вилучення з продажу (*withdrawal*);
- відкликання продукту від споживачів (*recall*);
- знищення вилученої або відкликаної продукції.

Інформацію про небезпечні продукти можна дізнатися через портал **Safety Gate: the rapid alert system for dangerous non-food products** (https://ec.europa.eu/consumers/consu_mers_/safety/safety_products/rapex/alerts/repository/content/pages/rapex/index_en.htm).

4.7. СПІЛЬНА СИСТЕМА МАРКЕТИНГУ ПРОДУКЦІЇ

Основний документ: **Рішення про спільну систему маркетингу продукції** – Decision No 768/2008/EC of the European Parliament and of the Council of 9 July 2008 on a common framework for the marketing of products.

Виробник має пройти процедуру оцінки відповідності продукції обов'язковим вимогам на етапі розробки і виробництва. Підтверджується таке: якщо доведено відповідність продукції гармонізованим стандартам ЄС, то вважають, що вона відповідає їй обов'язковим вимогам.

Якщо встановлено відповідність товару, то виробник застосовує маркування СЕ (*Certified for Europe*) на продукті, упаковці або у супровідній документації і складає декларацію про відповідність (вимоги до неї представлені у дод. III). Виробник також повинен зазначити тип, партію і серійний номер товару, свою назву й адресу. Товар має супроводжувати інструкція мовою, що легко розуміється в країні-члені, куди постачають товар.

Імпортёр та дистриб'ютор повинні перевіряти, щоб продукт мав маркування про відповідність товару і супроводжувався необхідною документацією, зберігати копію декларації відповідності. Вони мають використовувати умови транспортування та зберігання, що не ставлять під ризик відповідність товару вимогам. Імпортёр також повинен зазначити власну назву й адресу, за необхідності і залежно від рівня ризику проводити тестування зразків продукції, вести реєстр скарг і невідповідної продукції. Імпортёр прирівнюється у своєму статусі до виробника, якщо він розміщує товар під своєю торговельною маркою або суттєво змінює продукцію так, що це може вплинути на його відповідність вимогам.

Якщо виявлений ризик пов'язаний із продукцією, то виробники, імпортери і дистриб'ютори мають повідомляти національні компетентні органи. Моніторинг відповідності продукції вимогам, зокрема щодо ризиків для здоров'я і безпеки осіб, після надходження товарів у продаж здійснюють **органи ринкового нагляду** країн-членів (*market surveillance authorities*). За умов

виявлення невідповідності вони можуть вимагати заходів для виправлення цього залежно від виявлених ризиків і за необхідності зняти товар з продажу та відкликати його.

Економічні оператори також мають забезпечити відстеження походження товару. На вимогу органів ринкового нагляду, вони повинні повідомляти, у кого придбали товар і кому його поставили. Записи про це економічні оператори повинні зберігати 10 років (наприклад, зберігати інвойси / накладні / рахунки). Кінцеві споживачі не мають такого зобов'язання.

У дод. II перераховані різні види **процедур оцінки відповідності** продукції (модулі). У деяких із них передбачено участь **нотифікованих установ** (*notified bodies*), яким делеговано право визначати відповідність продукції національними органами з акредитації. Нотифіковані органи мають бути засновані в ЄС, але можуть надавати послуги з оцінки відповідності й економічним операторам за межами ЄС. Перелік нотифікованих органів для відповідних груп товарів можна знайти на порталі **Nando** (<https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/nando/>).

У деяких випадках оцінку відповідності проводить акредитований **підрозділ самого виробника**, але який не пов'язаний із розробкою, виробництвом, постачанням чи обслуговуванням продукції, яку перевіряють. У випадку контролю продукції можливе полегшення процедур оцінки відповідності для товарів, виготовлених на замовлення або дрібними серіями. Виробники можуть обирати серед модулів, зокрема з переліку модулів, що дозволені відповідною галузевою директивою для відповідної групи товарів. Можливо також обирати між тестуванням кожної продукції або вибірково.

Приклади **модулів оцінки відповідності** подано в табл. 4.1. За внутрішнього контролю продукту (модуль А) виробник несе сам відповідальність за оцінку відповідності. Він має забезпечити технічну документацію, таку як загальний опис продукту, концептуальний дизайн, схеми і креслення та пояснення до них, перелік гармонізованих стандартів (яким відповідає продукт), результати технічних розрахунків і перевірок тощо. Модуль А

застосовують до найпростіших видів продукції або тих, що несуть найменший рівень ризику.

Таблиця 4.1

Застосування модулів оцінки відповідності на різних етапах створення продукції

Етап розробки	Етап виробництва
A. Internal production control A1. Internal production control + supervised product testing A2. Internal production control + supervised product checks at random intervals	
B. EC-type examination	C. <i>Conformity to type</i> based on internal production control C1. <i>Conformity to type</i> based on internal production control + supervised product testing C2. <i>Conformity to type</i> based on internal production control + supervised product checks at random intervals
	D. <i>Conformity to type</i> based on quality assurance of the production process D1. Quality assurance of the production process
	E. <i>Conformity to type</i> based on product quality assurance E1. Quality assurance of final product inspection and testing
	F. <i>Conformity to type</i> based on product verification F1. Conformity based on product verification
G. Conformity based on unit verification	
H. Conformity based on full quality assurance H1. Conformity based on full quality assurance + design examination	

Джерело: складено автором на основі: Decision No 768/2008/EC of the European Parliament and of the Council of 9 July 2008 on a common framework for the marketing of products.

Іншими модулями є:

- внутрішній контроль продукту плюс тестування продукту під наглядом (A1), внутрішній контроль продукту плюс тестування продукту під наглядом з випадковими інтервалами (A2);
- експертиза ЄС-типового зразка (B), тобто перевірка технічної документації і за необхідності зразка;
- відповідність типовому зразку на основі внутрішнього контролю продукту, те саме плюс тестування продукту під наглядом, те саме з випадковими інтервалами (C, C1, C2);
- відповідність типовому зразку на основі забезпечення якості виробничого процесу (D), забезпечення якості виробничого процесу (D1);
- відповідність типовому зразку на основі забезпечення якості продукту (E), забезпечення якості перевірки кінцевого продукту (E1);
- відповідність типовому зразку на основі перевірки продукту – здійснює нотифікована установа (F), відповідність на основі перевірки продукту (F1);
- відповідність на основі одиниці продукції (G) – при цьому нотифікована установа перевіряє кожну одиницю продукції;
- відповідність на основі повного забезпечення якості (H);
- відповідність на основі повного забезпечення якості і контролю проектування (H1) – застосовують до найбільш складних видів продукції або таких, що можуть нести найбільший ризик.

Іншими словами, більшість модулів передбачають оцінку на етапі розробки і виробництва (одномодульний підхід). Виняток – відокремлення оцінки відповідності на етапі розробки продукту за допомогою модуля B від оцінки на етапі виробництва за допомогою інших модулів (C, C1, C2, D, E, F), за якими оцінюють уже відповідність продукту не всім необхідним вимогам, а типовому зразку (двомодульний підхід). У випадку схожих модулів D1, E1, F1 перевіряють відповідність не типовому зразку, а безпосередньо необхідним вимогам.

При цьому відповідність виробника стандартам EN ISO 9000, EN ISO 9001 надає йому презумпцію відповідності згідно із від-

повідними модулями на основі системи забезпечення якості (D, E, H та їхніми варіантами), хоча ці стандарти не є виключним засобом доведення відповідності системи забезпечення якості.

4.8. АКРЕДИТАЦІЯ І РИНКОВИЙ НАГЛЯД

Основний документ: **Регламент про встановлення вимог для акредитації та ринкового нагляду, що стосується торгівлі продукцією** – Regulation (EC) No 765/2008 of the European Parliament and of the Council of 9 July 2008 setting out the requirements for accreditation and market surveillance relating to the marketing of products.

Регламент встановлює, що має бути один **орган з акредитації** в кожній країні-члені на неприбутковій основі. Він повинен визначати рівень компетентності установ з оцінки відповідності продукції та моніторити їхню діяльність з метою видачі, обмеження, призупинення або скасування їхніх акредитаційних сертифікатів.

Органи ринкового нагляду відповідають за:

- моніторинг відповідності продукції вимогам щодо безпеки;
- моніторинг випадків шкоди здоров'ю;
- удосконалення науково-технічної інформації щодо питань безпеки продукції;
- повідомлення про небезпечні продукти через систему "RAPEX".

Вони можуть проводити перевірку продукції за допомогою перевірки документації, фізичних і лабораторних перевірок. Зокрема, їхні співробітники можуть відвідувати приміщення економічних операторів, брати зразки, за необхідності знищувати або вилучати з продажу небезпечну продукцію.

Перелік органів ринкового нагляду за країнами і галузями можна знайти через вебсторінку **The implementation of market surveillance in Europe** (https://ec.europa.eu/growth/single-market/goods/building-blocks/market-surveillance/organisation_en).

У Польщі, наприклад, діють такі органи: Офіс з питань конкуренції і захисту споживачів (Office of Competition and Consumer

Protection), Офіс із реєстрації медичної продукції, медичних пристроїв та біоцидних засобів (Office for Registration of Medicinal Products, Medical Devices and Biocidal Products), Генеральний офіс контролю за будівництвом (General Office of Building Control), Головна інспекція праці (Chief Labour Inspectorate), Державний орган з питань видобувної промисловості (State Mining Authority), Офіс електронних комунікацій (Office of Electronic Communications), Бюро хімічних речовин і препаратів (Bureau for Chemicals Substances and Preparations), Транспортна технічна інспекція (Transportation Technical Supervision) та деякі ін.

Певні функції покладені й на **органи, відповідальні за контроль на зовнішніх кордонах**. Вони можуть не допускати випуск товарів у вільний обіг у ЄС, якщо товари несуть ризик для здоров'я, безпеки довкілля або іншого публічного інтересу; не супроводжуються відповідною документацією в паперовій або електронній формі, містять порушення щодо маркування продукції тощо.

Регламент також містить вимоги щодо форми **маркування "СЕ"** про відповідність продукції, яке наносить виробник або його уповноважений представник. Зокрема, таке маркування має бути не менше 5 мм у висоту, якщо відсутні інші спеціальні вимоги.

Із 2021 р. набувають чинності зміни згідно з новим нормативним актом: **Регламентом про ринковий нагляд і відповідність продукції** – Regulation (EU) 2019/1020 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on market surveillance and compliance of products and amending Directive 2004/42/EC and Regulations (EC) No 765/2008 and (EU) No 305/2011.

Згідно з документом деякі продукти не можна продавати в ЄС споживачам без **економічного оператора, засновано в ЄС**. Він повинен зберігати і надавати регулюючим органам декларацію про відповідність та іншу технічну документацію, інформувати у випадку серйозного ризику від продукції, здійснювати заходи на виправлення ситуації. Його контакти мають бути зазначені на товарі, упаковці або в технічній документації.

Органи ринкового нагляду, зокрема, мають повноваження:

- проводити розслідування за власною ініціативою;
- робити без попередження інспекції на місцях і фізичні перевірки;
- вимагати від економічних операторів необхідну документацію та інформацію про ланцюги поставок, мережі дистрибуції, моделі продуктів, власників вебсайтів;
- входити до приміщень, земельних ділянок та транспортних засобів економічного оператора;
- одержувати зразки продукції негласним шляхом;
- надавати вказівки економічним операторам щодо припинення невідповідності товарів чи ризиків;
- забороняти чи обмежувати розміщення товару на ринку, вимагати зняття з продажу чи відкликання від споживачів проданих товарів;
- вимагати зняття інформації з вебсайту про товар чи вимагати додати попередження про ризики;
- здійснювати заходи проти економічних операторів, зокрема накладати штрафні санкції.

Регламент також створює Мережу відповідності продукції ЄС (EU Product Compliance Network).

4.9. МІЖНАРОДНІ АСПЕКТИ ЗАКОНОДАВСТВА ЄС У СФЕРІ ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Для стимулювання торгівлі із третіми країнами ЄС може вдатися до таких **правових засобів**:

- повна інтеграція у сфері внутрішнього ринку в межах угоди про Європейську економічну зону;
- наближення законодавства країн – кандидатів на членство в ЄС;
- схоже наближення законодавства сусідніх до ЄС країн шляхом укладання двосторонніх угод про оцінку відповідності та прийнятність промислових товарів (спрямовані на країни Середземномор'я і Східної Європи);

- укладання двосторонніх угод про взаємне визнання оцінки відповідності, сертифікатів і маркування;
- посилання на Угоду СОТ про технічні бар'єри для торгівлі.

Угоди про оцінку відповідності та прийнятність промислових товарів передбачають (до них додають секторальні додатки по мірі наближення законодавства в цих секторах):

- визнання еквівалентності технічного регулювання, стандартизації та оцінки відповідності промислових товарів у ЄС і країні-партнері;
- взаємне прийняття промислових продуктів, що відповідають вимогам для випуску на ринок однієї із сторін, якщо немає європейського технічного регулювання, яке застосовують до відповідних продуктів.

Угоди про взаємне визнання оцінки відповідності укладають між країнами, що мають схожий рівень технологічного розвитку і сумісні системи оцінки відповідності. Такі угоди зазвичай охоплюють тільки продукцію, що походить із країн – сторін такої угоди і відноситься до одного чи багатьох секторів. Вони складаються з рамкової угоди і секторальних додатків. Угоди про взаємне визнання оцінки відповідності самі по собі не вимагають взаємного визнання технічних регламентів або стандартів. Їхніми перевагами є уникнення подвійних перевірок у країнах – сторонах угоди і, відповідно, зниження затрат. Натепер такі угоди укладені ЄС із США, Канадою, Австралією, Новою Зеландією і Швейцарією.

4.10. ІНФОРМАЦІЯ ПРО ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ

Детальну інформацію про технічне регулювання можна дізнатися з таких джерел:

- портал законодавства ЄС **Eur-Lex** (<https://eur-lex.europa.eu/homepage.html>);
- інтернет-портал для експортерів у ЄС **Trade Helpdesk** (<https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/>), де можна дізнатися технічні вимоги щодо конкретного виду продукції (у ньому потрібно зазначити країну походження товару, країну

призначення із країн – членів ЄС і вид товару, після чого портал надасть інформацію про імпортні процедури, імпортні тарифи в ЄС, податок на додану вартість, акцизний збір, правила походження, фактичні обсяги імпорту, технічні вимоги до відповідного товару, а також посилання на нормативні документи);

- портал **Генерального директорату із внутрішнього ринку, промисловості, підприємництва, малих і середніх підприємств / Directorate-General (DG) for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SME** ([shhttps://ec.europa.eu/growth/sectors](https://ec.europa.eu/growth/sectors)), де можна дізнатися секторальну інформацію про технічні вимоги до товарів;
- портал Європейської комісії в розділі, присвяченому безпеці продовольчих товарів **Food Safety** (https://ec.europa.eu/food/safety_en);
- Хеллер М., Нерпій С., Пятницький В. **Енциклопедія з експортування в ЄС на засадах ПВЗВТ**. Harrow: СТА Economic & Export Analysts Ltd. Кабінет Міністрів України, Урядовий офіс з питань європейської інтеграції, Торгова-промислова палата України, 2016. 899 с. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/ugoda-pro-asociaciyu/bucklets/encyclopaediaukr-part1.pdf>.

4.11. ТЕХНІЧНЕ РЕГУЛЮВАННЯ Й УГОДА ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ І ЄС

Глава 3 УА (Технічні бар'єри у торгівлі) охоплює питання технічних регламентів, стандартів і процедур оцінки відповідності товарів встановленим вимогам. Українську продукцію можна продавати в ЄС тільки після процедури оцінки її відповідності основним вимогам. А використання виробниками гармонізованих чи інших стандартів є добровільним.

Україна зобов'язалася здійснити наближення законодавства в цій сфері до норм ЄС. **Горизонтальне законодавство**, що стосується різних галузей згідно з УА, має бути адаптовано протягом одного року. Це стосується таких аспектів: загальна безпека продукції, встановлення вимог для акредитації та ринкового

нагляду, загальна система маркетингу продукції, одиниці виміру, відповідальність за дефектну (браковану) продукцію.

Вертикальне законодавство (по галузях) – його адаптація має відбутися протягом 2–5 років. Зокрема, це стосується імплементації нормативних документів ЄС, присвячених таким видам товарів або аспектам:

- машини;
- електромагнітна сумісність;
- різні види обладнання, що працює під тиском;
- ліфти;
- безпека іграшок;
- електричне обладнання, розраховане на певні граничні значення напруги;
- вимоги до коефіцієнта корисної дії нових водонагрівних котлів, що працюють на рідкому чи газоподібному паливі;
- прилади, що працюють на газоподібному паливі;
- засоби індивідуального захисту;
- технічні вимоги щодо енергоспоживання електричних побутових холодильників та морозильних камер;
- зважувальні прилади;
- суднове обладнання;
- медичні пристрої, активні імплантовані медичні пристрої, медичні пристрої для діагностики *in vitro*;
- обладнання та системи захисту, призначені для застосування у вибухонебезпечній атмосфері;
- радіо- і телекомунікаційне термінальне обладнання та взаємне визнання його відповідності;
- канатні установки для перевезення людей;
- прогулянкові судна;
- будівельні вироби;
- пакування та відходи пакування;
- вибухові речовини цивільного призначення;
- зазначення маркування та стандартної інформації щодо споживання енергії та інших ресурсів, пов'язаних з енергетичними продуктами;
- високошвидкісні залізниці.

Протоколом до УА має бути **Угода про оцінку відповідності та прийнятність промислових товарів (АСАА)**, куди вносяться сектори після адаптації технічних вимог щодо них до норм ЄС. Вхідження групи товарів до АСАА передбачатиме, що взаємна торгівля ними між сторонами відбуватиметься на тих самих умовах, як і всередині ЄС.

Україна має утримуватися від зайвих змін технічного законодавства (крім наближення до норм ЄС), поступово впроваджувати звід Європейських стандартів (EN) як національні стандарти, скасувати конфліктні національні стандарти (ГОСТ). Вимоги щодо маркування не мають створювати зайві перешкоди для торгівлі.

Про стан імплементації норм ЄС згідно з УА в часовому розрізі та те, якими нормами національного законодавства вони впроваджені, можна дізнатися із громадської ініціативи **Навігатор угоди** (<http://navigator.eurointegration.com.ua/tasks>). Станом на 23 листопада 2019 р., зокрема, найбільшою мірою прогрес здійснено з упровадження саме норм технічного регулювання (23 із 28 норм, передбачених УА), тоді як у сфері захисту прав споживачів імплементовано в національне законодавство 4 норми із 27.

Глава 5 ЕКОЛОГІЧНІ ТА ГАЛУЗЕВІ АСПЕКТИ ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРОДАЖУ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

5.1. ЕКОМАРКУВАННЯ

Основний документ: **Регламент про екомаркування ЄС** – Regulation (EC) No 66/2010 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 on the EU Ecolabel.

Регламент є одним з інструментів стимулювання переходу до циркулярної економіки. Він регулює добровільну систему екомаркування, яке дозволено робити у випадку продуктів, що здійснюють менший негативний вплив на довкілля, ніж інші продукти з такої самої групи продуктів. Водночас зазначений регламент не стосується продукції медичного призначення.



Рис. 5.1. Екомаркування ЄС

Джерело: The EU Ecolabel Product Catalogue / European Commission.
URL: <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/eu-ecolabel-products-and-services.html>.

До уваги беруть весь цикл життя продукту: від розробки до утилізації, зокрема, ураховують такі **критерії**:

- вплив на зміни клімату, природу і біорізноманіття, споживання енергії та ресурсів, забруднення та створення сміття, викиди;
- заміна небезпечних речовин на безпечніші аналоги;
- довготривалість використання і можливість повторного використання;
- сукупний вплив на довкілля, зокрема і на безпеку та здоров'я споживачів;
- відповідність соціальним й етичним стандартам, зокрема і трудовим стандартам;
- критерії згідно з іншими системами маркування на національному або регіональному рівнях;
- зменшення випробувань на тваринах.

Проте екомаркування зазвичай не може застосовуватись до продуктів, що містять токсичні, небезпечні для довкілля, карцеогенні або мутагенні речовини.

На національному рівні має функціонувати щонайменше один орган, який відповідає за систему екомаркування. Якщо економічний оператор (виробник, імпортер, провайдер послуг або продавець) подає заявку і відповідає критеріям екомаркування, то **компетентний орган** укладає контракт з економічним оператором із зазначенням умов використання такого маркування.

Економічний оператор має здійснити **оплату** за подання заявки (200–2000 євро, передбачені пільги для малих, середніх і мікропідприємств) і щорічні збори (діє обмеження не більше 0,15 % доходу від продаж продукту з екомаркуванням і не більше 25 000 євро). Зазначені платежі не враховують вартість тестувань та інспекцій.

Каталог продукції з екомаркуванням розташований на сайті **The EU Ecolabel Product Catalogue** (<https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/eu-ecolabel-products-and-services.html>).

5.2. ЕНЕРГОМАРКУВАННЯ

Основний документ: **Регламент, що встановлює систему енергомаркування** – Regulation (EU) 2017/1369 of the European Parliament and of the Council of 4 July 2017 setting a framework for energy labelling and repealing Directive 2010/30/EU.

Регламент регулює маркування продуктів, що споживають енергію, з урахуванням рівня їхньої енергоефективності. Він не охоплює вживані продукти (секонд-хенд), якщо їх не імпортують у ЄС або вони не є транспортними засобами.

Для маркування застосовують шкалу від А (найкраща енергоефективність) до G (найгірша) (рис. 5.2). Порівняно зі старою директивою 2010/30/EU відбулися зміни у шкалі оцінювання (раніше верхня межа позначалась як A+++). Європейська комісія ухвалює окремий акт для кожної групи товарів з детальними вимогами.

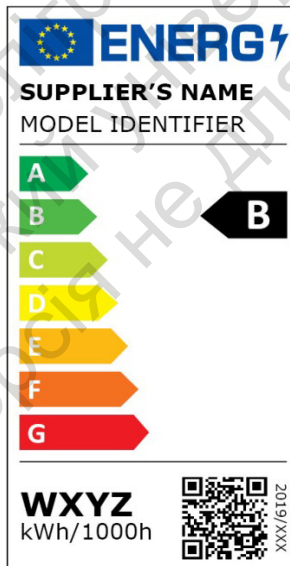


Рис. 5.2. Енергомаркування: приклад для ламп

Джерело: New energy efficiency labels explained / European Commission.
URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_19_1596.

Постачальник (виробник або імпортер) і дилер мають показувати клас енергоефективності продукту і не зазначати іншу інформацію, яка може ввести в оману споживача про рівень споживання енергії. Виробники також повинні повідомляти споживачів, якщо оновлення програмного забезпечення і матеріальної складової продукту може зменшити енергоефективність.

5.3. ЕКОДИЗАЙН ПРИЛАДІВ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬ ЕНЕРГІЮ

Основний документ: **Директива, що встановлює систему вимог екодизайну до приладів, які використовують енергію** – Directive 2009/125/EC of the European Parliament and of the Council of 21 October 2009 establishing a framework for the setting of ecodesign requirements for energy-using products. Сфера дії директиви не поширюється на транспортні засоби.

Екодизайн означає урахування екологічних аспектів при розробці товарів і стосується різних стадій циклу життя продукту (сировина, виробництво, пакування, постачання, встановлення, обслуговування, використання і виведення з експлуатації). На кожному етапі мають оцінювати:

- прогнозоване споживання матеріалів, енергії та інших ресурсів;
- очікувані забруднення відходами, викиди в повітря, воду і ґрунт, інші види забруднення (шум, вібрація, радіація, електромагнітне поле);
- можливості повторного використання, переробки і відновлення матеріалів або енергії.

Виробники мають створити екологічний профіль: опис обсягу ресурсів, що споживаються, та генерованих викидів, пов'язаних із продуктом. Перед розміщенням на ринку вся продукція має пройти оцінку відповідності щодо вимог екодизайну і містити маркування СЕ. Виробники повинні надавати споживачам інформацію про:

- роль, яку вони можуть відіграти для сталого використання продукту;
- екологічний профіль продукту;
- переваги екодизайну.

5.4. УПАКОВКА І ВІДХОДИ УПАКОВКИ

Основний документ: **Директива про упаковку і відходи упаковки** – European Parliament and Council Directive 94/62/EC of 20 December 1994 on packaging and packaging waste.

Директива спрямована на зменшення відходів упаковки та стимулювання їхнього повторного використання і переробки, але так, щоб не ставити під загрозу безпечність продуктів харчування. Директива стосується всіх **видів упаковки та відходів упаковки** незалежно від використаного матеріалу і місця використання: у виробництві, торгівлі, офісами, при наданні послуг, домогосподарствами тощо.

У дод. І проілюстровано приклади, що вважають упаковкою (наприклад, тимчасові горщики суто для цілей транспортування і продажу рослин, одноразовий посуд), а що ні (наприклад, постійні горщики для вирощування рослин або пакувальний папір, що продають окремо).

Країни – члени ЄС мають підтримувати такі **ініціативи**, як:

- схеми повернення грошової застави за упаковку;
- мінімальний відсоток упаковки, придатної для повторного використання;
- цільові орієнтири щодо переробки відходів упаковки залежно від їхніх видів тощо.

До кінця 2025 р. повинні переробляти щонайменше 65 % упаковки за масою, зокрема і 50 % пластику, 70 % чорних металів, 70 % скла, 75 % паперу і картону тощо.

До 2025 р. мають бути створені схеми відповідальності виробників за все пакування. Вони передбачають, що виробники беруть на себе частину відповідальності за зменшення негативних наслідків на довкілля від виробництва, продажу чи утилізації їхньої продукції. Це може стосуватися повернення і збору використаної упаковки чи відходів упаковки та спрямування до найбільш придатного способу управління відходами, повторного використання чи переробки.

Упаковка, що випущена на ринок, має відповідати необхідним **вимогам** (подані у дод. II) так, щоб:

- зменшити об'єм і вагу упаковки до необхідного мінімуму;
- зменшити вміст небезпечних речовин і матеріалів в упаковці;
- створювати упаковку, придатну для повторного використання чи переробки тощо.

Передбачено маркування матеріалу упаковки (зокрема біопластику, що розкладається) з метою ідентифікації типу відходу для цілей сприяння збору, повторному використанню та переробці упаковки. Не вважають біорозкладним оксорозкладний пластик (той, що при руйнуванні створює частинки мікропластику, а не розкладається повністю). Мають бути зазначені граничні норми щодо вмісту важких металів в упаковці.

5.5. МАШИНИ ТА МЕХАНІЗМИ

Основний документ: **Директива про машини і механізми** – Directive 2006/42/EC of the European Parliament and of the Council of 17 May 2006 on machinery and amending Directive 95/16/EC.

У директиві наведені визначення машин (і механізмів), зокрема такі як: установка / агрегат із системою приводу (крім безпосередньо за допомогою зусиль людини або тварини), яка складається із частин або компонентів, хоча б один із яких є рухомим, що з'єднані для конкретної цілі використання. **Директиву застосовують** до власне машин (і механізмів), а також до:

- взаємозамінюваного обладнання;
- компонентів для безпеки;
- обладнання для підйому;
- ланцюгів, мотузок, ременів;
- знімних пристроїв механічної трансмісії;
- частково завершених машин.

Є винятки, що не підпадають під дію цієї директиви: зброя, різні транспортні засоби, прилади для домашнього господарства, електричні мотори, офісне обладнання, ІТ-обладнання, аудіо-та відеотехніка тощо.

Виробник має забезпечити:

- відповідність машини вимогам щодо безпеки і здоров'я;
- наявність технічного файлу з розробки, виробництва і використання машини;
- доступність необхідної інформації (зокрема інструкції);
- проходження процедури оцінки відповідності;
- створення декларації про відповідність;
- зазначення маркування СЄ.

Виробник також може провести оцінку ризиків:

- визначити обмеження на використання машин, ураховуючи використання за призначенням і можливі випадки неправильного використання;
- визначити небезпеку, яку можуть створювати машини;
- оцінити ризики з урахуванням серйозності шкоди для здоров'я та їхні ймовірності;
- унеможливити фактори небезпеки або зменшити ризики.

Залежно від типу продукту виробник має пройти процедуру оцінки відповідності: внутрішня перевірка, експертиза ЄС-типового зразка + внутрішня перевірка, повне забезпечення якості.

У дод. I містяться **вимоги щодо безпечності** конструкції, матеріалів, освітлення, безпечності для транспортування і зберігання, ергономіки, розміщення оператора, сидінь за необхідності, безпечності та надійності систем управління (зокрема щодо старту і зупинки роботи, безпечності у випадку зупинки живлення енергією), ризиків падіння, поломки, рухомих частин, систем захисту, обслуговування, пожежної безпеки, електробезпеки й інших видів безпеки, інформації та маркування (зокрема попереджень) тощо. Слід зауважити, що містяться і специфічні вимоги для окремих категорій машин і механізмів (для роботи із харчовими продуктами, фармацевтичними та косметичними виробами; для портативної техніки; для роботи з деревиною; з пестицидами; для роботи під землею; підйому осіб тощо).

Додаток VII містить **складові технічного файлу**, а саме: опис машини; креслення, зокрема і системи управління; результати тестів; сертифікати; перелік необхідних вимог щодо здоров'я і безпеки; опис заходів стосовно мінімізації ризиків; використані стандарти; копія інструкції; копія декларації про відповідність тощо.

5.6. ЕЛЕКТРИЧНЕ ОБЛАДНАННЯ

Основний документ: **Директива про гармонізацію законів країн-членів стосовно реалізації на ринку електричного обладнання, призначеного для використання із напруженням в певних межах** – Directive 2014/35/EU of the European Parliament and of the Council of 26 February 2014 on the harmonisation of the laws of the Member States relating to the making available on the market of electrical equipment designed for use within certain voltage limits.

Директиву застосовують до електричного обладнання, що використовують із напругою від 50 до 1000 вольт перемінного струму та від 75 до 1500 вольт постійного струму. Директива не охоплює деякі види обладнання, такі як: розетки для домашнього використання, електрообладнання для медичних цілей, електролічильники тощо.

У документі подано вимоги щодо захисту людей і тварин від напруги, температури, випромінювання тощо. Виробник (або імпортер, дистриб'ютор) також відповідає за те, щоб:

- була проведена процедура оцінки відповідності, підготовлена технічна документація і декларація відповідності ЄС, що мають зберігатися 10 років;
- у ЄС продавали обладнання за умов наявності маркування про відповідність СЕ;
- інструкція та інформація щодо безпеки були написані зрозумілою мовою для кінцевих споживачів згідно з вимогами національних органів;
- були подані контактні дані виробника й імпортера.

5.7. БЕЗПЕКА ДІТЕЙ ТА ІГРАШКИ

Основний документ: **Директива про безпеку іграшок** – Directive 2009/48/EC of the European Parliament and of the Council of 18 June 2009 on the safety of toys.

Іграшками є продукти, що створені для використання дітьми до 14 років (хоча, можливо, і не тільки ними). Директива не

охоплює деякі види іграшок (обладнання дитячих майданчиків для публічного використання, ігрові автомати тощо). Вироби, які не вважають іграшками, перераховані в дод. І:

- іграшки для колекціонерів (якщо про це чітко зазначено): ляльки, моделі техніки, імітація реальної зброї тощо;
- спортивне обладнання для дітей понад 20 кг;
- велосипеди, крім малих (залежно від висоти сидіння);
- мопеди й інші транспортні засоби для спорту або пересування дорогами;
- водне обладнання;
- освітнє і наукове обладнання для використання під наглядом дорослих;
- комп'ютерні та ігрові приставки (крім спеціально створених для дітей);
- інтерактивне програмне забезпечення та їхні носії;
- низка інших категорій виробів.

Критерії безпечності. Іграшки, які продають, не мають створювати ризиків для безпеки і здоров'я протягом прогнозованого і нормального періоду використання. Вони повинні відповідати:

- необхідним вимогам щодо безпеки з урахуванням віку, поведінки дітей і правил використання хімічних речовин;
- специфічним вимогам безпеки щодо фізичних, механічних, електричних та хімічних властивостей, пожежної безпеки, гігієни та відсутності радіоактивності (детальний їхній перелік поданий у дод. II).

Іграшки, наприклад, повинні мати достатню механічну міцність, безпечні кути, бути безпечними з погляду ризику удушення. Іграшки для пересування мають бути обладнані гальмами з урахуванням генерованої кінетичної енергії. Їхню швидкість обмежують, якщо вони обладнані електродвигуном. Допускається використовувати струм до 24 вольт. Іграшки для дітей до трьох років мають бути розміром, що унеможливує їхнє проковтування, а також бути придатними для миття. Загалом в іграшках не дозволяють використовувати карценогенні, мутагенні, токсичні для репродуктивного здоров'я речовини, а також алергени (згідно

з переліком). Директиву періодично переглядають, зокрема щодо граничної концентрації певних хімічних речовин.

Оцінку відповідності здійснюють за процедурою внутрішнього контролю (модуль А), якщо виріб відповідає гармонізованому стандарту ЄС. У багатьох випадках вимагають експертизу ЄС-типового зразка (В) + відповідність типовому зразку на основі внутрішнього контролю продукту (С):

- за відсутності відповідних гармонізованих стандартів ЄС, що охоплюють усі відповідні вимоги безпеки;
- якщо відповідні гармонізовані стандарти існують, але не використані виробником або використані частково;
- якщо відповідні гармонізовані стандарти опубліковані із застереженнями;
- якщо виробник вважає, що природа, конструкція і мета іграшки вимагає тестування третьою стороною.

Продукція має містити **маркування** СС і попередження (зі словом "Warning" або "Warnings") щодо обмежень на використання (наприклад, щодо мінімального або максимального віку дитини, ваги, необхідності використання під спостереженням дорослих, використання із засобами захисту, наявності іграшки всередині їжі тощо). Попередження мають бути чітко видимі покупцю перед покупкою, зокрема і перед покупкою в інтернеті.

Детальні вимоги залежно від видів іграшок можна знайти на порталі Генерального директорату із внутрішнього ринку, промисловості, підприємництва, малих і середніх підприємств / **Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs** (https://ec.europa.eu/growth/sectors/toys/safety/guidance_en і https://ec.europa.eu/growth/sectors/toys_en).

Безпека дітей також є предметом **Директиви про наближення законодавства країн-членів стосовно продуктів, які здаються іншими ніж вони є і цим загрожують здоров'ю або безпеці споживачів** – Council Directive 87/357/EEC of 25 June 1987 on the approximation of the laws of the Member States concerning products which, appearing to be other than they are, endanger the health or safety of consumers.

Директива забороняє виробництво, продаж, експорт та імпорт продуктів (наприклад, косметики, миючі засоби тощо), які

не є істивними, але внаслідок свого вигляду, форми, обгортки, розміру, маркування, кольору або запаху можуть бути сплутані із продуктами харчування, особливо кондитерськими виробами, що може створити небезпеку для здоров'я. Ця заборона спрямована особливо на захист дітей.

5.8. НАЗВИ ТА МАРКУВАННЯ ТЕКСТИЛЬНИХ ВОЛОКОН

Основний документ: **Регламент про назви текстильних волокон і пов'язане маркування і зазначення складу волокон текстильних виробів** – Regulation (EU) No 1007/2011 of the European Parliament and of the Council of 27 September 2011 on textile fibre names and related labelling and marking of the fibre composition of textile products.

Сфера охоплення. Регламент регулює:

- назви текстильних волокон при зазначенні складу текстильної продукції;
- маркування текстильних виробів, що містять нетекстильні частини тваринного походження;
- методи аналізу для перевірки інформації, зазначеної у маркуванні.

Документ стосується текстильних виробів, що містять хоча б 80 % масової частки текстильних волокон (це не тільки одяг і постільна білизна, а наприклад і меблі, парасольки тощо). Регламент не стосується текстильних виробів, що використовують як давальницьку сировину, або текстильних виробів, зроблених самозайнятими кравцями в межах індивідуального пошиття.

Дозволено використовувати **назви текстильних волокон**, що перераховані в дод. I. Виробники також можуть подавати заявки до Європейської комісії разом із технічним файлом про внесення нової назви до дод. I. Технічний файл повинен містити інформацію про запропоновану назву, можливі алергічні реакції, процес виробництва тощо – детальні вимоги до нього зазначені в дод. II.

Використання термінів "100 %", "чистий" ("100 %", "pure" or "all") дозволяють, якщо виріб зроблений тільки з одного типу волокон (як виняток у деяких випадках допускають незначний

уміст інших волокон). Якщо при виробництві продукту використані кілька видів волокон, слід зазначити їхню назву та їхню масову частку у відсотках у порядку зменшення. Якщо виріб містить нетекстильні частини тваринного походження, має бути відповідне позначення ("Contains non-textile parts of animal origin").

Маркування має бути стійке, розбірливе, видиме і доступне, написане щонайменше однією з офіційних мов країни-члена. Заборонено використання скорочень. Якщо виріб не призначений для кінцевого споживача, то таке маркування може бути замінене на інформацію в супровідних документах. Опис текстильних волокон також має бути в каталогах, на упаковці, видимим при купівлі в інтернеті. Вимоги щодо маркування не є обов'язковими для деяких типів виробів згідно з переліком у дод. V (наприклад, штучні квіти, вітрила, прапори тощо).

5.9. КОСМЕТИЧНІ ВИРОБИ

Основний документ: **Регламент про косметичну продукцію** – Regulation (EC) No 1223/2009 of the European Parliament and of the Council of 30 November 2009 on cosmetic products (Text with EEA relevance).

Регламент посилює вимоги щодо безпеки продукції, запроваджує концепцію **відповідальної особи**, яка відповідає за дотримання вимог щодо безпечності продукції, та реєстрацію (нотифікацію) виробу. Виробники можуть продавати косметичну продукцію в ЄС тільки, якщо вони призначили чітко визначену особу чи компанію в ЄС у ролі відповідальної особи.

З іншого боку, бюрократичні моменти полегшені завдяки тому, що потрібно реєструвати косметичний виріб тільки раз за допомогою **Порталу нотифікації косметичних виробів** (Cosmetic Products Notification Portal) без необхідності робити нотифікацію на національному рівні.

Інформаційний файл продукту має зберігатися 10 років з моменту випуску на ринок і містити такі дані:

- опис косметичного виробу;
- звіт про безпечність косметичного виробу (вимоги до нього наведені в дод. I);

- опис виробничого методу і заяву про відповідність належній виробничій практиці (*good manufacturing practice*);
- якщо це відповідає природі чи ефекту від виробу, доказ заявленого ефекту від використання косметичного виробу;
- дані про використання тестування на тваринах.

Регламент також містить **перелік речовин**, заборонених у виробництві косметики (у дод. II) чи обмежених для використання (у дод. III). Обмеження для використання характеризуються типом виробу, допустимою концентрацією, маркуванням щодо застережень у використанні (використовувати рукавички, уникати контакту з очима, тримати подалі від дітей, може викликати серйозні алергічні реакції тощо). Загалом не дозволено використовувати карценогенні, мутагенні, токсичні для репродуктивного здоров'я речовини. У наступних додатках містяться переліки дозволених барвників, консервантів, фільтрів ультрафіолетового випромінювання.

Документом передбачено нові правила щодо використання наноматеріалів. Діє заборона на тестування на тваринах, крім у передбачених регламентом обґрунтованих випадках.

Відповідальні особи та дистриб'ютори мають повідомляти про випадки серйозних небажаних наслідків для здоров'я від використання косметичної продукції національним органам. Дистриб'ютори зобов'язані перевіряти наявність **маркування**, дотримання терміну придатності до використання, мовні вимоги.

Упаковка має містити інформацію про назву й адресу відповідальної особи, обсяг і перелік інгредієнтів, кінцеву дату використання, застереження щодо використання, номер партії, функціональне призначення (якщо це не очевидно), можливі домішки речовин, додаткові речовини (присутні при змішуванні, але відсутні в кінцевому продукті). Якщо містяться наноматеріали, то про це має бути зазначено із зазначенням у дужках слова "nano". У маркуванні чи в рекламі не можна повідомляти текстом або графічно про властивості виробу, яких він не має.

5.10. ХІМІЧНІ РЕЧОВИНИ ТА СУМІШІ

Основний документ: **Регламент про класифікацію, маркування й упаковку речовин і сумішей** – Regulation (EC) No 1272/2008 of the European Parliament and of the Council of 16 December 2008 on classification, labelling and packaging of substances and mixtures, amending and repealing Directives 67/548/EEC and 1999/45/EC, and amending Regulation (EC) No 1907/2006 (Text with EEA relevance).

Сфера регулювання. Регламент встановлює вимогу до виробників, імпортерів і професійних користувачів класифікувати, маркувати й упаковувати хімічні речовини та суміші згідно із Глобальною гармонізованою системою ООН / United Nations' Globally Harmonised System (GHS). Регламент не стосується таких випадків: радіоактивних речовин, речовин під наглядом митних служб для цілей реекспорту або транзиту, речовин у контрольованих умовах для наукових досліджень, косметичних виробів, виробів медичного призначення, продуктів харчування, транспортування небезпечних товарів тощо.

У додатках детально прописані **критерії віднесення до небезпечних речовин**, фрази для маркування, графічні піктограми, класи та категорії небезпеки конкретних речовин у переліку. Речовини і суміші класифікують, зокрема, на:

- фізико-хімічно небезпечні (наприклад, легкозаймисті рідини, вибухонебезпечні речовини);
- небезпечні для здоров'я (наприклад, отруйні тощо);
- небезпечні для довкілля (наприклад, для озонового шару).

Маркування має містити таку інформацію:

- назва постачальника;
- назва речовини / суміші, ідентифікаційний номер продукту;
- номінальна кількість продукту в упаковці;
- піктограми, що попереджають про небезпеку;
- слова про рівень небезпеки ("Warning" для менш небезпечних чи "Danger" для більш небезпечних речовин);
- фрази про ризик: горюча рідина "Flammable Solid", спричиняє подразнення шкіри "Causes skin irritation" тощо;

- поради для безпеки: зберігати тільки в оригінальній упаковці "Keep only in original container", оберігати від вологи "Protect from moisture", берегти від дітей "Keep out of reach of children" тощо.

При рекламуванні має міститися інформація про клас і категорію небезпеки. Є вимоги щодо мінімального розміру маркування залежно від розміру упаковки.

Упаковка небезпечних речовин і сумішей має:

- запобігати витоку вмісту;
- бути зроблена з матеріалів, що є стійкими при контакті із вмістом;
- бути міцною;
- мати замінювані запірні механізми.

У деяких випадках вимагають спеціальні запірні механізми проти відкриття дітьми і тактильне попередження про небезпеку. Відповідні товари, що постачають широкому загалу, не повинні мати дизайн, що викликає зацікавленість у дітей, або призводить до прийняття їх як ліки, продукти харчування, косметичні вироби чи корм для тварин.

Тестування на людях і приматах для цілей цього регламенту захищені, а можливості тестування на інших тваринах обмежені.

Зазначений вище регламент доповнює інший нормативний акт: **Регламент стосовно реєстрації, оцінки, дозволу й обмежень щодо хімічних речовин (REACH), що засновує Європейське хімічне агентство** – Regulation (EC) No 1907/2006 of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 concerning the Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals (REACH), establishing a European Chemicals Agency, amending Directive 1999/45/EC and repealing Council Regulation (EEC) No 793/93 and Commission Regulation (EC) No 1488/94 as well as Council Directive 76/769/EEC and Commission Directives 91/155/EEC, 93/67/EEC, 93/105/EC and 2000/21/EC.

Регламент встановлює комплексну законодавчу базу для виробництва і використання хімічних продуктів, забезпечує єдиний ринок для хімічної продукції, передбачає створення **Європейського хімічного агентства (ECHA)**. На його порта-

лі (<https://echa.europa.eu/>) можна знайти детальнішу інформацію про зареєстровані речовини та законодавчі вимоги до хімічної продукції.

Компанії мають реєструвати в центральній базі даних хімічні речовини, які вони виробляють або імпортують хоча б в обсягах 1 т на рік. Зазвичай слід підготувати звіт щодо безпечності речовини, що підлягає реєстрації. Потрібно зазначити про обмеження на тестування на тваринах. Компанії мають визначити й управляти ризиками, пов'язаними з хімічною продукцією; надавати інформацію про безпечні способи використання їхньої продукції; інформувати користувачів про засоби зниження ризиків. Регламент також закликає поступово переходити від найбільш небезпечних речовин до безпечніших аналогів.

Детальні вимоги залежно від видів хімічної продукції можна знайти на порталі Генерального директорату із внутрішнього ринку, промисловості, підприємництва, малих і середніх підприємств / **Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs** (https://ec.europa.eu/growth/sectors/chemicals_en).

5.11. БУДІВЕЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

Основний документ: **Регламент, що встановлює гармонізовані умови для продажу будівельних матеріалів** – Regulation (EU) No 305/2011 of the European Parliament and of the Council of 9 March 2011 laying down harmonised conditions for the marketing of construction products and repealing Council Directive 89/106/EEC.

Будівельні матеріали мають відповідати **вимогам** щодо пожежної безпеки, механічної міцності та стабільності, безпечності для довкілля, гігієни та безпечності для здоров'я, захисту від шуму, енергозбереження, сталого використання ресурсів (наприклад, повторне використання або переробка виробу чи його частин). Основні такі вимоги містяться у дод. I.

Країни – члени ЄС мають створити контактні пункти для будівельної продукції (Product Contact Points for Construction) для

надання інформації про вимоги до будівельних матеріалів – це зазвичай галузеве міністерство у сфері будівництва або інший уповноважений орган.

Виробник перед зазначенням маркування СЕ має скласти **декларацію про експлуатаційні якості** (Declaration of Performance), що містить таку інформацію:

- вид продукції,
- системи перевірки властивостей виробу,
- посилання на відповідний гармонізований стандарт або проведену Європейську технічну оцінку (European Technical Assessment),
- призначення виробу,
- задекларовані властивості.

Виробники, імпортери та дистриб'ютори мають слідкувати, щоб продукція відповідала декларації про експлуатаційні якості. У випадку невідповідності вони повинні вжити коригувальних заходів, а за необхідності – зняти з продажу чи відкликати продукцію. Умови транспортування та зберігання також не мають ставити під ризик якість продукції.

5.12. ПОДАЛЬШІ ТЕНДЕНЦІЇ РЕГУЛЮВАННЯ ТОРГІВЛІ ПРОМИСЛОВИМИ ТОВАРАМИ

Основний документ: **Комунікація "Бачення внутрішнього ринку промислових продуктів"** – Communication from the Commission to the European Parliament, the Council and the European Economic and Social Committee: A vision for the internal market for industrial products (COM(2014) 25 final of 22 January 2014).

Комунікація засвідчила такий **стан справ**: гармонізація технічного регулювання служить цілям конкурентоспроможності індустрії ЄС, захисту споживачів і довкілля. Є необхідність зберігати баланс між намаганням урахувати швидкість технологічних змін і прагненням до забезпечення періодів регуляторної стабільності без кардинальних змін до правил.

Зазначений документ також окреслив **пріоритети** щодо регуляторних змін **на майбутнє**:

- механізми забезпечення дотримання вимог: гармонізація й удосконалення санкцій адміністративного і цивільного характеру;
- крос-секторне регулювання продукції для урахування спільних елементів кількох секторів;
- інновації та цифрове майбутнє: урахування технологічних змін, можливість для компаній демонструвати відповідність нормам електронними засобами;
- розмивання межі між товарами і супутніми послугами (наприклад, обслуговування і навчання), що має бути враховано при розробці нових норм;
- більше регламентів, менше директив, оскільки регламенти є нормами прямої дії, не потребують імплементації в національне законодавство і забезпечують більшу визначеність щодо регулювання бізнесу;
- дружній до бізнесу підхід (нині випуск продукту регулюють багато норм, межі між якими часто є нечіткими): необхідність поступової кодифікації, укрупнення нормативних актів, що стосуються одного типу продукції;
- глобальний ринок: сприяння міжнародній конвергенції технічного регулювання і стандартів для промислової продукції (але при цьому забезпечуючи захист публічних інтересів), фокус на впливі регулювання в ЄС на міжнародну конкурентоспроможність компаній із країн-членів.

Глава 6 РЕГУЛЮВАННЯ ПРОДАЖУ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

6.1. ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ТА ВИМОГИ ДО БЕЗПЕЧНОСТІ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

Основний документ: **Регламент про загальні принципи та вимоги законодавства про продукти харчування, заснування Європейського органу з безпеки харчових продуктів і процедури в сфері безпеки продуктів харчування** – Regulation (EC) No 178/2002 of the European Parliament and of the Council of 28 January 2002 laying down the general principles and requirements of food law, establishing the European Food Safety Authority and laying down procedures in matters of food safety

Сфера застосування. Директиву застосовують до всіх стадій виробництва, переробки та постачання продуктів харчування і кормів тварин, але не застосовують у випадку домашнього виробництва та зберігання для власного споживання. До продуктів харчування належать як первинні, так і перероблені продукти, призначені для поїдання людиною, серед яких і напої, жувальні гумки. Проте до продуктів харчування не входять корми для тварин, не призначені для харчування людьми живі тварини, рослини перед збором урожаю, ліки, косметика, тютюнові вироби, наркотичні та психотропні речовини, відходи виробництва та забруднювачі.

Продукти харчування, що продають на ринку, мають бути безпечними. Беруть до уваги такі **критерії безпеки**:

- нормальні умови використання;
- інформація для споживача;
- можливі негайні та відтерміновані наслідки для здоров'я (зокрема і для майбутніх поколінь);
- кумулятивний отруйний ефект;
- специфічна чутливість окремих споживачів;
- для визначення придатності для споживання також ураховують відсутність гниття, забруднення тощо.

Продукт харчування вважають безпечним, якщо він відповідає специфічним вимогам ЄС, а за їхньої відсутності специфічним вимогам країни-члена, де продають продукт. Якщо у партії товарів виявлено небезпечний продукт, то всю партію вважають небезпечною, якщо не буде доведено інше. Небезпечні корми не можна продавати на ринку або годувати ними тварин, які використовують для виробництва продуктів харчування.

Законодавство щодо продуктів харчування також має **убезпечувати від** фальсифікації продуктів харчування, шахрайських чи **оманливих дій** стосовно споживачів. Реклама, демонстрація і маркування продуктів харчування не повинна вводити в оману споживачів.

Економічні оператори у сфері продуктів харчування чи кормів **відповідають за** забезпечення відстеження продуктів на всіх стадіях (каналів поставок). Якщо економічний оператор вважає, що продукт харчування або корм є небезпечним, то він має:

- вдатися до зняття продукту з продажу,
- за необхідності відкликати вже продані товари споживачам,
- повідомити компетентні органи.

Директива створює Європейський орган з безпеки харчових продуктів (European Food Safety Authority), що надає наукові консультації і технічну підтримку в цій сфері, відповідає за систему раннього попередження про ризики для здоров'я людини.

6.2. ГІГІЄНІЧНІ ВИМОГИ ДО ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

Основний документ: **Регламент про гігієнічні вимоги до продуктів харчування** – Regulation (EC) No 852/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on the hygiene of foodstuffs.

Регламент визначає гігієнічні вимоги щодо продуктів харчування на всіх етапах від первинного виробництва до фінального споживача. Допускають винятки: зокрема у випадку виробництва для особистого споживання і для малого бізнесу, що постачає місцевим споживачам чи роздрібним магазинам.

Власне гігієнічні вимоги подані в дод. II щодо таких аспектів:

- приміщення (очищення, достатній розмір, влаштування рукомийників і вбиралень, вентиляція, освітлення, каналізація, заборона тримати разом засоби очищення та продукти харчування тощо), окремі вимоги діють для пересуваних і тимчасових приміщень;
- умови транспортування (чистота тари, відокремлення продуктів один від одного, температурний режим, маркування "тільки для продуктів харчування" ("for foodstuffs only") щодо резервуарів для рідких і сипучих продуктів харчування);
- обладнання (очищення і запобігання забрудненню тощо);
- відходи (вчасне видалення із приміщення, захист від тварин);
- водопостачання (використання чистої води, відокремлення її від технічної води, лід має бути із чистої води);
- особиста гігієна (особиста чистота, одяг, вимоги щодо здоров'я) і тренування персоналу;
- обгортка й упаковка (зберігання в чистоті, придатність до очищення за повторного використання);
- термічна обробка.

Бізнес у сфері продукції харчування (крім фермерства, мисливства і рибальства) має дотримуватися **принципів критичних контрольних пунктів аналізу небезпеки** (hazard analysis critical control points, **НАССР**), зокрема:

- ідентифікувати критичні контрольні пункти на етапах, де контроль необхідний для запобігання, знищення чи зменшення небезпеки;
- встановити допустимі ліміти у критичних контрольних пунктах;
- здійснювати процедури моніторингу у критичних контрольних пунктах;
- встановлювати коригувальні заходи;
- перевіряти ефективність заходів;
- зберігати записи щодо зазначених заходів.

6.3. СИСТЕМА КОНТРОЛЮ ЗА ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

Основний документ: **Регламент про офіційний контроль та іншу офіційні заходи для забезпечення дотримання законодавства про продукти харчування і корми, правил про здоров'я і добробут тварин, здоров'я рослин і засоби захисту рослин** – Regulation (EU) 2017/625 of the European Parliament and of the Council of 15 March 2017 on official controls and other official activities performed to ensure the application of food and feed law, rules on animal health and welfare, plant health and plant protection products, amending Regulations (EC) No 999/2001, (EC) No 396/2005, (EC) No 1069/2009, (EC) No 1107/2009, (EU) No 1151/2012, (EU) No 652/2014, (EU) 2016/429 and (EU) 2016/2031 of the European Parliament and of the Council, Council Regulations (EC) No 1/2005 and (EC) No 1099/2009 and Council Directives 98/58/EC, 1999/74/EC, 2007/43/EC, 2008/119/EC and 2008/120/EC, and repealing Regulations (EC) No 854/2004 and (EC) No 882/2004 of the European Parliament and of the Council, Council Directives 89/608/EEC, 89/662/EEC, 90/425/EEC, 91/496/EEC, 96/23/EC, 96/93/EC and 97/78/EC and Council Decision 92/438/EEC.

Регламент охоплює правила щодо контролю за виробництвом продуктів харчування і кормів – від первинного вирощування до роздрібних продаж і закладів громадського харчування. Це стосується, зокрема, контролю за дотриманням правил щодо:

- безпечності та належної якості продуктів харчування і кормів під час виробництва, обробки і постачання, а у випадку кормів і під час використання;
- забезпечення справедливих умов торгівлі, інтересів споживачів продуктів харчування та їхнє інформування;
- свідомого випуску ГМО в навколишнє середовище для виробництва продуктів харчування і кормів;
- здоров'я і добробуту тварин (на фермі, під час транспортування і забою);

- захисту рослин від шкідників, зокрема сталого використання пестицидів;
- органічного виробництва і маркування;
- захисту географічних позначень тощо.

Регламент також стосується імпорту деяких тварин та продуктів з-за меж ЄС і продуктів харчування, що продають через інтернет.

Систему контролю встановлюють відповідно до рівнів ризику так, щоб національні органи або уповноважені ними установи чи особи здійснювали контроль там, де це найбільш необхідно. Такий контроль зазвичай мають проводити без попередження. Передбачено можливість закупівлі продукції контролюючими органами без ідентифікації себе до моменту одержання товару – з метою офіційного контролю, зокрема під час купівлі в інтернеті.

При **визначенні рівня ризику** до уваги беруть імовірність уведення споживачів в оману, результати минулих перевірок та історії відповідності економічного оператора (у випадку імпорту – країни походження, експортера чи оператора, відповідального за партію), надійність перевірок самим оператором чи третьою особою, у випадку імпорту гарантії компетентних органів третіх країн та інші фактори.

Застосовують такі **методи контролю**:

- перевірка результатів контролю економічного оператора;
- перевірка обладнання, транспортних засобів, приміщень; тварин, готових виробів і напівфабрикатів, сировини, інгредієнтів; засобів і процесів очищення й обслуговування; інформації для відстеження каналів поставок, маркування, демонстрації, реклами, упаковки;
- перевірка гігієнічних умов у приміщеннях оператора;
- оцінка процедур щодо належної виробничої практики, належної практики гігієни, належної практики фермерства і процедур на основі принципів критичних контрольних пунктів аналізу небезпеки (hazard analysis critical control points, НАССР);
- перевірка документів, записів щодо відстеження каналів поставок, супровідної документації;

- опитування економічного оператора і його персоналу;
- перевірка замірів, здійснених оператором та інших результатів тестувань;
- аналіз зразків;
- аудит економічного оператора тощо.

Передбачені також спеціальні правила і заходи у випадку конкретних типів продуктів або об'єктів перевірки. Наприклад, у випадку виробництва м'яса перед забоєм і після забою здійснюється перевірка офіційним ветеринаром або під його відповідальність. Перевіряють гігієну виробництва м'яса, наявність залишків ліків і збудників хвороб, умови утилізації відходів, здоров'я і добробут тварин, аудити належної гігієнічної практики та процедури, основані на HACCP.

У разі виявлення невідповідності контролюючі органи можуть вимагати: пропорційного ризика виправлення невідповідності; застосування періоду карантину; зміну маркування; обмеження чи заборони розміщення на ринку, імпорту в ЄС чи експорту; збільшити частоту власних перевірок економічним оператором чи його офіційних перевірок; відкликання і знищення продукту; тимчасово призупинити повністю або частину бізнес-діяльності економічного оператора чи функціонування його приміщень або інтернет-сайтів; припинення дії дозволу для транспортної компанії чи водія; за необхідності заборонити забір тварин або інші передбачені заходи.

У випадку **імпорту** перевірку слід здійснювати на митній території ЄС, зокрема в місці перетину кордону ЄС, на пості прикордонного контролю, пункті випуску у вільний обіг на території ЄС, складах і приміщеннях оператора, відповідального за партію товарів або в місці призначення. Крім продуктів харчування, можуть перевіряти транспорт й упаковку, якщо для цього є підстави.

Перевірку мають здійснювати з відповідною частотою (у деяких випадках перевіряють кожну партію: тварини і продукцію тваринного походження, якщо продукція походить із певних

країн тощо). Передбачені також винятки, коли продукти і тварини не підлягають перевіркам на кордоні.

На запит третьої країни Європейська комісія може визнавати результати переддівдантажувальної інспекції певних категорій продуктів на експорт у тій країні.

У дод. IV подані ставки оплати за перевірку партій тварин і товарів, що потрапляють на територію ЄС (наприклад, для перевірки здоров'я рослин: якщо йдеться про зерно 17,5 євро за партію не більше 25 т), офіційний контроль у місцях забою худоби чи відділення корисних частин рослин, на молочних заводах, у рибних господарствах тощо (наприклад, 1 євро за 30 т молока і додатково 0,5 євро/т за перевищення цього обсягу).

6.4. МАРКУВАННЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

Основний документ: **Регламент стосовно інформації для споживачів про продукти харчування** – Regulation (EU) No. 1169/2011 of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 concerning consumer information on foodstuffs.

Регламент визначає правила для економічних операторів у сфері продуктів харчування на всіх етапах виробництва і постачання. Він стосується всіх продуктів харчування, призначених для кінцевого споживача, зокрема для закладів громадського харчування (і транспортних операторів, якщо відправлення відбувається із країн – членів ЄС). За маркування несе відповідальність економічний оператор, заснований у ЄС, під іменем якого продають продукт, або за відсутності такого – імпортер.

Обов'язкові пункти маркування мають бути: розбірливіми, чіткими і за доцільності такими, що не стираються; написані мовою, що легко зрозуміла для споживачів у країні – члені ЄС, де відбувається продаж. Мінімальна висота літер (вимірюють за літерою "x") має бути 1,2 мм (крім на дрібних упаковках). Обов'язкові пункти маркування зазначені у табл. 6.1.

Таблиця 6.1

Обов'язкові пункти маркування продуктів харчування

Обов'язковий пункт	Роз'яснення і приклади
Назва продукту	За необхідності має містити слова, що свідчать про характер обробки продукту ("заморожений", "концентрований", "розморожений", "оброблений іонізуючим випромінюванням", "формоване м'ясо" тощо), про те, що очікуваний інгредієнт замінений на інший, у м'ясо додані білки іншого походження, у нарізане м'ясо та рибу додавалась вода, оболонка ковбас неїстівна тощо.
Перелік інгредієнтів	У порядку зменшення вагової частки, крім у випадках свіжих ненарізаних овочів, фруктів, газованої води, оцту з одного базового продукту, деяких молочних виробів, продуктів з одного інгредієнту, додавання певних речовин із визначеного переліку. Якщо є інгредієнти у формі наноматеріалів, про це має бути зазначено у дужках після назви інгредієнту ("nano"). Детально правила прописані в дод. VII.
Речовини, що можуть викликати алергію чи непереносимість	З дод. II (злакові, ракоподібні, молоко, арахіс й інші горіхи, яйця, молюски тощо).
Кількість певних інгредієнтів	Наприклад, якщо інгредієнт є важливою характеристикою продукту.
Нетто-кількість продукту	Зазвичай у літрах, мілілітрах, кілограмах, грамах.
Дата терміна придатності	використати до ("best before ..." / "use by ...").
Спеціальні умови зберігання чи використання	
Назва й адреса компанії	Економічного оператора у сфері продуктів харчування або імпортера.
Країна або місце походження	Для деяких видів м'яса і низки інших видів продуктів.

Закінчення табл. 6.1

Обов'язковий пункт	Роз'яснення і приклади
Інструкції для використання	За необхідності.
Вміст алкоголю	Якщо він перевищує 1,2 %.
Декларація про харчову цінність	Уміст жирів, насичених жирів, вуглеводнів, цукру, білків, солі, енергетична цінність (amounts of fat, saturates, carbohydrate, sugars, protein and salt, energy value). Дозволяють також зазначати й інші складові, такі як крохмаль, полі- і мононенасичені жири, волокна, вітаміни, мінерали, високомолекулярні спирти тощо). Не потрібна у випадку таких продуктів: трав, зелені, спецій, приправ, трав'яних чаїв, жувальної гумки тощо (згідно з переліком у дод. V).

Джерело: Regulation (EU) No. 1169/2011 of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 concerning consumer information on foodstuffs.

У випадку розфасованих продуктів маркування має міститися на упаковці або прикріпленому ярлику. Для нерозфасованих продуктів – інформацію слід надавати наступному постачальнику так, щоб він міг надати її кінцевому споживачу. У випадку дистанційних продаж (крім за допомогою торговельних автоматів) обов'язкова інформація має бути доступною споживачам безкоштовно до моменту ухвалення рішення про купівлю і під час доставки. Дозволено використання графічних символів на додаток до слів і чисел для маркування за певних умов.

Додаткові вимоги стосуються певних видів продуктів:

- скляних пляшок для повторного використання;
- дрібної упаковки;
- алкогольних напоїв;
- продукції, що містить підсолоджувачі, солі амонію, високий вміст кофеїну або деякі інші речовини;

- продукти упаковані в захисній атмосфері (деякі гази продовжують термін зберігання);
- заморожене м'ясо і продукти рибальства (дата заморожування).

Національні органи можуть встановлювати додаткові вимоги до маркування для деяких видів товарів із міркувань захисту здоров'я, споживачів, запобігання шахрайству, захисту прав промислової власності, географічних позначень, проти нечесної конкуренції тощо.

Маркування, демонстрація і реклама продуктів харчування не повинна:

- уводити споживачів в оману щодо властивостей та вмісту продукту харчування;
- надавати продукту харчування властивостей запобігання чи лікування хвороб людини (крім мінеральних вод чи продуктів для спеціальних харчових цілей).

Економічні оператори також можуть **добровільно** подавати **іншу інформацію**, якщо вона не вводить в оману споживача, не є двозначною і базується на відповідних наукових даних. Це стосується, наприклад:

- випадкового вмісту речовин, що можуть викликати алергію чи непереносимість;
- прийнятності продукту для вегетаріанців, веганів;
- зменшення рівня або відсутності глютену;
- посилання на раціон для специфічних категорій населення.

6.5. ПРОДУКТИ ХАРЧУВАННЯ І КОРМИ З ГМО

Основний документ: **Регламент про генетично модифіковані продукти харчування і корми** – Regulation (EC) No 1829/2003 of the European Parliament and of the Council of 22 September 2003 on genetically modified food and feed.

Згідно з регламентом передбачено **надання єдиного дозволу** не тільки на використання конкретного виду генетично-модифікованого організму (ГМО) у продуктах харчування і кормах, а і для його культивування та свідомого випуску у довкілля.

Умовою надання дозволу є те, що продукти харчування і корми з ГМО не повинні:

- здійснювати негативний вплив на здоров'я людей, тварин і довкілля;
- уводити в оману споживачів;
- відрізнятись від звичайного продукту-аналогу, який заміняють, так сильно, що споживання продукту ГМО буде забезпечувати гірший рівень харчування;
- погіршувати відмінні риси продукції тваринництва.

Заявки на одержання дозволу подають до національних компетентних органів, що повідомляють Європейський орган з безпеки продуктів харчування. Він оцінює ризики протягом шести місяців. Потім ухвалює рішення Європейська комісія і за необхідності Рада міністрів. Дозвіл на ГМО надають на 10-річний період із можливістю поновлення (заявку на поновлення подає тримач дозволу щонайменше за рік до дати припинення дії існуючого дозволу).

До заявок на одержання дозволу додають назву й адресу заявника, назву продукту харчування, спосіб трансформації та виробництва, копію дослідження про відсутність негативного впливу ГМО, метод ідентифікації, зразки продукту й інші документи.

Продукти харчування і корми, що містять ГМО, повинні мати відповідне **маркування** про це: "genetically modified" / "produced from genetically modified (назва організму)" або "contains genetically modified (назва організму)" або "contains (назва інгредієнта) produced from genetically modified (назва організму)" – тобто про те, що це є ГМО, вироблений із ГМО продукт, продукт містить ГМО або інгредієнт вироблений із ГМО.

Дозволяють не робити таке маркування, якщо вміст ГМО нижчий 0,9 % продукту або індивідуальних інгредієнтів і цей вміст випадковий і технічно неминучий. Додаткова інформація у маркуванні потрібна, якщо порівняно зі звичайним продуктом продукт із ГМО має інший склад, харчову цінність чи ефекти, призначення, наслідки для здоров'я окремих категорій населення, існують застереження етичного чи релігійного характеру або якщо звичайного продукту-аналогу не існує.

Зазначений регламент доповнений іншим нормативним актом: **Регламентом про відстеження і маркування генетично модифікованих організмів і відстеження продуктів харчування та кормів, вироблених із генетично модифікованих організмів** – Regulation (EC) No 1830/2003 of the European Parliament and of the Council of 22 September 2003 concerning the traceability and labelling of genetically modified organisms and the traceability of food and feed products produced from genetically modified organisms and amending Directive 2001/18/EC.

Регламент зобов'язує економічних операторів передавати письмово інформацію про те, що продукт є або містить ГМО, які інгредієнти містять ГМО й унікальні ідентифікатори відповідних ГМО.

Детальнішу інформацію про вимоги до ГМО можна знайти на сайті **Reference materials for GMO analysis** (<https://ec.europa.eu/jrc/en/research-topic/reference-materials-gmo-analysis>). Наприклад, якщо термін дії дозволу минув або процедура видачі дозволу не завершена, то дозволяють уміст такого ГМО у продукті харчування на рівні до 0,1 %.

6.6. НОВІТНІ ТА ТРАДИЦІЙНІ ПРОДУКТИ ХАРЧУВАННЯ

Основний документ: **Регламент про новітні продукти харчування** – Regulation (EU) 2015/2283 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015 on novel foods, amending Regulation (EU) No 1169/2011 of the European Parliament and of the Council and repealing Regulation (EC) No 258/97 of the European Parliament and of the Council and Commission Regulation (EC) No 1852/2001.

Новітніми продуктами харчування вважають такі продукти, які не використовувалися значною мірою для споживання людьми в ЄС до 15 травня 1997 р., зокрема:

- продукти харчування зі свідомо зміненою молекулярною структурою;

- їжа, одержана за допомогою нових процесів виробництва продуктів харчування (наприклад хліб, оброблений ультрафіолетовим випромінюванням для збільшення вмісту вітаміну D);
- продукти, вироблені з мікроорганізмів, грибів і водоростей, матеріалів мінерального походження, що містять штучні наноматеріали тощо.

Регламент не охоплює ГМО, ферменти, харчові та смакові добавки, розчинники для екстракції.

Економічні оператори перед випуском на ринок харчового продукту мають визначити, чи підпадає він під дію цього регламенту. Якщо немає впевненості щодо цього, то вони можуть проконсультуватися у національних компетентних органів.

Одержання **дозволу на новітній продукт харчування** здійснюється після заяви з боку зацікавленої особи, країни або за ініціативою самої Європейської комісії. У заяві має міститися:

- інформація про назву й опис новітнього продукту харчування,
- детальний склад і процес виробництва,
- наукові дані про відсутність небезпеки для людей,
- за необхідності методи аналізу,
- пропозиції щодо способу використання і маркування.

Новітні продукти харчування не повинні мати негативний вплив на здоров'я людей, уводити в оману споживачів, забезпечувати гірший рівень харчування, якщо замінюють іншу їжу.

Європейська комісія створила перелік дозволених видів новітніх продуктів харчування і регулярно його оновлює. Він поданий у **Регламенті, що встановлює перелік ЄС щодо новітніх продуктів харчування** – Commission Implementing Regulation (EU) 2017/2470 of 20 December 2017 establishing the Union list of novel foods in accordance with Regulation (EU) 2015/2283 of the European Parliament and of the Council on novel foods.

У додатку міститься перелік дозволених видів новітніх продуктів харчування, умови використання (у яких типах продуктів і дозволена концентрація), додаткові вимоги щодо маркування тощо. Приклад: ціле насіння базиліку у фруктових соках і напоях на основі м'якоті фруктів або овочів у концентрації до 3 г / 200 мл.

У випадку наміру продажу **традиційного продукту харчування з третьої країни** (але який не використовувався значною мірою для споживання людьми в ЄС до 15 травня 1997), заявник може пройти процедуру **нотифікації** замість подання заяви на дозвіл. У такому випадку надають таку інформацію:

- назву й адресу заявника,
- назву й опис традиційного продукту харчування,
- детальний склад,
- країну / країни походження,
- документальні дані про історію безпечного споживання такої їжі у третій країні,
- пропозиції щодо способу використання та маркування.

Якщо з боку Європейської комісії вчасно не буде повідомлено про заперечення проти випуску на ринок, то вона надає дозвіл на випуск на ринок. Детальніші вимоги прописані у **Регламенті про адміністративні та наукові вимоги стосовно традиційних продуктів харчування із третіх країн** – Commission Implementing Regulation (EU) 2017/2468 of 20 December 2017 laying down administrative and scientific requirements concerning traditional foods from third countries in accordance with Regulation (EU) 2015/2283 of the European Parliament and of the Council on novel foods.

6.7. ШВИДКОЗАМОРОЖЕНІ ПРОДУКТИ ХАРЧУВАННЯ

Основний документ: **Директива про наближення законодавства країн-членів стосовно швидкозаморожених продуктів харчування для споживання людиною** – Council Directive 89/108/EEC of 21 December 1988 on the approximation of the laws of the Member States relating to quick-frozen foodstuffs for human consumption.

Директива встановлює такі **вимоги до заморожування і зберігання** продукції: температура замороження має бути не більше -18°C ; можливе короткочасне збільшення температури на 3°C під час транспортування і доставки, а також на $3-6^{\circ}\text{C}$ у вітринах роздрібних магазинів (залежно від країни – члена ЄС).

Продукція, яку заморожують, має бути належної якості. Заморожування слід проводити вчасно для мінімізації хімічних, біохімічних і мікробіологічних змін у продукції. Дозволеними криогенними засобами є повітря, азот, вуглекислий газ. Заморожені продукти мають бути в упаковці, що здатна захистити їх від зовнішнього забруднення і висихання.

Країни-члени повинні перевіряти, що обладнання для зберігання відповідає нормам директиви і мають організовувати випадкові перевірки температури зберігання продуктів.

Таку продукцію слід **маркувати** як швидкозаморожену ("quick-frozen"), вона повинна містити номер партії. У випадку постачання споживачам, ресторанам, лікарням, їдальням слід зазначати дату кінця терміну зберігання, період зберігання, температуру для зберігання й обладнання для зберігання, напис "повторно не заморожувати" ("do not refreeze after defrosting"). При постачанні іншим категоріям покупців – достатньо зазначати тільки назву, нетто-кількість, номер партії, назву виробника, пакувальника і продавця.

Директива не відносить до швидкозаморожених продуктів морозиво й інші види їстівного льоду.

6.8. ОРГАНІЧНІ ПРОДУКТИ ХАРЧУВАННЯ

Основний документ: **Регламент про органічне виробництво і маркування органічної продукції** – Council Regulation (EC) No 834/2007 of 28 June 2007 on organic production and labelling of organic products and repealing Regulation (EEC) No 2092/91.

Регламент застосовують до:

- перероблених і неперероблених сільськогосподарських продуктів для споживання людиною (зокрема і продукції аквакультури);
- кормів для тварин;
- матеріалу для розмноження рослин, насіння для вирощування врожаю;
- дріжджів як продуктів харчування або кормів;

- диких рослин, які збирають дозволеним методом в особливих місцевостях (які не обробляли недозволеними для цього речовинами хоча б три роки),
- водоростей – за деяких умов;
- як фермерства, так і переробки органічної їжі та кормів.

Регламент передбачає, щоб за органічного **рослинництва** потрібно:

- поводитися з ґрунтами так, щоб зберегти їхню природну родючість;
- застосовувати засоби захисту рослин з обмеженого переліку, що дозволені Європейською комісією;
- використовувати насіння і засоби розмноження рослин, що мають органічне походження;
- використовувати засоби очищення, що дозволені Європейською комісією.

За органічного **тваринництва** (а також переважно за органічної аквакультури) вимагають, щоб:

- тварини народжувалися і вирощувалися на органічних ділянках;
- приміщення для тварин і методи догляду відповідали особливим вимогам;
- застосовували загалом натуральні методи розведення тварин;
- використовували органічні корми;
- здійснювали заходи для запобігання захворюванням;
- застосовували засоби очищення і дезінфекції, що дозволені Європейською комісією.

Інші вимоги. Не дозволяють використовувати ГМО або іонізуючу радіацію з метою вироблення органічної продукції. При виробленні перероблених органічних кормів заборонено використовувати хімічні розчинники.

Діє вимога, що економічні оператори, які мають справу як з органічною, так і з неорганічною сільськогосподарською продукцією, повинні забезпечити відокремлення тварин і землі, які використовують для цих різних видів діяльності. До ділянок, що переходять до нової органічної фермерської діяльності, слід застосовувати перехідний період.

Перероблені продукти харчування мають містити переважно інгредієнти сільськогосподарського походження, крім компонентів, що дозволені Європейською комісією.

У випадку органічних продуктів після сертифікації слід застосовувати **логотип ЄС для органічної продукції**, а також вказувати походження сировини, використаної для вироблення продукту (рис. 6.1). Логотип можна використовувати, якщо вміст органічних інгредієнтів становить не менше 95 %, а решта підлягають особливим правилам. Логотип слід застосовувати до відповідних органічних розфасованих продуктів із ЄС. Розмір логотипу має бути не меншим 13,5 × 9 мм (крім у випадку дрібної упаковки).



Рис. 6.1. Логотип ЄС для органічної продукції

Джерело: Aims of the organic logo / European Commission. URL: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organics-glance/organic-logo>.

Дозволяють використання цього логотипу також у випадку:

- імпорту із третіх країн, якщо продукція відповідає вимогам ЄС щодо органічної продукції;
- нерозфасованих органічних продуктів;
- продукції на експорт до третіх країн;
- у межах інформаційної кампанії про органічну продукцію, якщо це не вводить в оману.

Не можна використовувати такий логотип, якщо:

- продукт містить менше 95 % органічних інгредієнтів;
- ідеться про заклади громадського харчування (ресторани, лікарні тощо);
- продукція не охоплена правилами органічної продукції (наприклад, косметика, продукція мисливства чи рибальства);
- продукція вироблена в перехідний період (коли органічні методи тільки почали застосовувати, а у ґрунті та тваринах ще залишаються неорганічні речовини).

Маркування має містити посилання на контролюючий орган, що сертифікує відповідний органічний продукт. Дозволяють використовувати в маркуванні, комерційних документах і рекламі такі терміни, як "еко" і "біо" ("eco" / "bio").

Іншим документом у цій сфері є **Регламент, що визначає детальні правила імплементації Регламенту Ради (ЄС) № 834/2007 стосовно умов імпорту органічних продуктів із третіх країн** – Commission Regulation (EC) No 1235/2008 of 8 December 2008 laying down detailed rules for implementation of Council Regulation (EC) No 834/2007 as regards the arrangements for imports of organic products from third countries.

Європейська комісія відповідає за створення **переліку визнаних третіх країн і визнаних контролюючих органів**. Перелік країн міститься в дод. III, де зазначено, у яких країнах які види органічної продукції вважають такими, що пройшли визнаний належний рівень контролю і до якої дати дійсне визнання (якщо є кінцевий термін). Перелік визнаних контролюючих органів міститься в дод. IV з урахуванням видів продукції й охоплених країн.

Випуск у вільний обіг продукції дозволяють за умов представлення оригіналу сертифікату про інспекцію (форму сертифікату наведено в дод. V) відповідному компетентному органу країни-члена, зазначення його номера в митній декларації та здійснення супутніх формальностей. Якщо продукція не відповідає вимогам до органічних продуктів, то її випуск у вільний обіг у ЄС допускається за умов зняття інформації про органічне походження в маркуванні, рекламі та супровідних документах.

Із 2021 р. набуває чинності новий **Регламент про органічне виробництво і маркування органічної продукції** – Regulation (EU) 2018/848 of the European Parliament and of the Council of 30 May 2018 on organic production and labelling of organic products and repealing Council Regulation (EC) No 834/2007.

Він **розширює сферу дії** Регламенту (ЕС) No 834/2007 на деякі інші види товарів, такі як пробка, сіль, ефірні олії, бавовна, вовна, необроблена шкіра та деревина, бджолиний віск тощо. Його дія не поширюється на заклади громадського харчування, якщо інше не вирішить країна – член ЄС. Проте ці заклади все одно не повинні використовувати логотип органічної продукції ЄС при демонстрації, маркуванні продукту, рекламі товару чи закладу.

Регламент встановлює такі **цілі, принципи та вимоги** до виробництва органічних продуктів харчування:

- повага до природних систем і циклів, підтримка біорізноманіття; забезпечення належного стану та природної родючості ґрунтів, належного стану води, повітря і здоров'я тварин і рослин з урахуванням балансу між цими цілями;
- збереження елементів природних ландшафтів;
- розумне використання енергії та природних ресурсів, ощадливе використання води;
- належний рівень органічного виробництва на всіх етапах виробництва, обробки та постачання;
- управління біологічними процесами на основі оцінки ризиків із використанням профілактичних заходів проти забруднення, хвороб і шкідників;
- вирощування рослин на ґрунті, випас тварин на землі, використання належного рівня аквакультури;
- за необхідності адаптація процесів виробництва до санітарного статусу, регіональних відмінностей в екологічному балансі, кліматичних і місцевих умов, стадій розвитку та спеціальних практик землеробства;
- обмеження використання зовнішніх матеріалів (крім матеріалів від органічного виробництва, речовин природного походження, слаборозчинних мінеральних добрив);
- використання органічних відходів виробництва в ролі добрив й інших матеріалів;

- застосування сівозміни;
- високий рівень добробуту тварин;
- недопущення клонування тварин;
- використання насіння і тварин із належним рівнем генетичної різноманітності;
- використання сортів рослин з урахуванням специфічних органічних систем, агрономічної ефективності та стійкості до хвороб;
- використання порід тварин з урахуванням їхньої генетичної цінності, тривалості життя, життєздатності, стійкості до хвороб;
- заохочення збереження місцевих і рідкісних порід тварин;
- виробництво широкого спектра високоякісних продуктів для задоволення потреб споживачів;
- заохочення місцевого виробництва і коротких каналів поставок;
- виробництво органічної продукції від тварин, що вирощувалися органічним способом із народження чи висиджування;
- вироблення органічних готових продуктів і кормів з органічних сировини та інгредієнтів з обмеженням використання харчових добавок і неорганічних інгредієнтів;
- надання переваги у процесі переробки біологічним, механічним і фізичним методам;
- унеможливлення використання ГМО та продукції з них, крім ветеринарних ліків;
- унеможливлення використання іонізуючої радіації чи штучно розроблених наноматеріалів тощо.

Детальні правила вирощування і виробництва органічної продукції містяться, зокрема, у гл. III і дод. II, а у дод. III подано правила збирання, пакування, транспортування і зберігання.

Економічні оператори мають повідомляти про свою діяльність компетентним органам для офіційної **сертифікації** про відповідність правилам органічного виробництва і маркування. Зразок сертифікату подано в дод. VI. Уведено нову систему групової сертифікації для дрібних фермерів для полегшення їхньо-

го переходу до органічного фермерства. Офіційні перевірки на місцях в економічних операторів мають проводити раз на рік. За відсутності виявлених порушень протягом трирічного періоду – раз на два роки.

Поряд із логотипом органічної продукції слід зазначати **походження органічної сировини** залежно від того, повністю чи частково вона походить із території ЄС або третіх країн: "EU Agriculture", "non-EU Agriculture", "EU/non-EU Agriculture". Замість "Agriculture" можна використовувати "Aquaculture", якщо це продукт аквакультури. Замість "EU" and "non-EU" – назву конкретної країни і можливо регіону.

6.9. ТВЕРДЖЕННЯ ПРО ПОЖИВНУ ЦІННІСТЬ І ПОЗИТИВНИЙ ВПЛИВ НА ЗДОРОВ'Я

Основний документ: **Регламент про твердження про поживну цінність і позитивний вплив на здоров'я продуктів харчування** – Regulation (EC) No 1924/2006 of the European Parliament and of the Council of 20 December 2006 on nutrition and health claims made on foods.

Твердженням вважають повідомлення, зображення, символ чи запис (крім обов'язкових згідно із законодавством ЄС чи національним законодавством) про те, що продукт харчування має особливі властивості. Твердження про поживну цінність пов'язані з енергетичною цінністю (знижена, підвищена кількість калорій або їхня відсутність) наявністю певних поживних чи інших речовин (знижений або підвищений вміст чи їхня відсутність). Твердження про позитивний вплив на здоров'я – це таке твердження, що зазначає, чи має на увазі наявність зв'язку між продуктом харчування, групою продуктів чи складовою частиною продукту і здоров'ям.

Регламент застосовують: до тверджень у рекламі, маркуванні, при демонстрації продукту, а також до торговельних марок, якщо вони можуть бути інтерпретовані як твердження про позитивний вплив на здоров'я; до всіх типів харчових продуктів, призначених для кінцевих споживачів, зокрема через заклади громадського харчування, лікарні, школи тощо.

Дозволені твердження переважно містяться в додатку до цього регламенту і додатку до **Регламенту, що встановлює перелік дозволених тверджень про поживну цінність і позитивний вплив на здоров'я продуктів харчування, інших ніж ті, що вказують на зменшений ризик виникнення хвороб і на вплив на розвиток і здоров'я дітей** – Commission Regulation (EU) No 432/2012 of 16 May 2012 establishing a list of permitted health claims made on foods, other than those referring to the reduction of disease risk and to children's development and health.

Приклади: "без додавання цукру" / "with no added sugar", "знежирений" / "fat-free", "низькокалорійний" / "low energy", "без солі" / "salt-free", "джерело харчових волокон" / "source of fibre", "кальцій необхідний для нормального росту і розвитку кісток дітей" / "calcium is needed for the normal growth and development of bone in children", "магній сприяє нормальному функціонуванню нервової системи" / "magnesium contributes to normal functioning of the nervous system" тощо. Наприклад, твердження "із низьким вмістом цукру" / "low sugars" дозволяють, якщо вміст цукру менше 5 г на 100 г для твердих продуктів і менше 2,5 г на 100 мл для рідких продуктів.

Дозволяють твердження, якщо:

- ідеться про науково підтверджений харчовий або фізіологічний ефект наявності, відсутності або зменшеної кількості певної речовини;
- поживна речовина присутня в достатній кількості, щоб мати позитивний ефект для здоров'я;
- поживна речовина перебуває у готовій до споживання формі.

Порівняльні твердження дозволені тільки для продуктів однієї категорії.

Додаткові вимоги до тверджень про позитивний вплив на здоров'я: маркування, демонстрація і реклама має містити також таку інформацію:

- цільова аудиторія для твердження;
- важливість різноманітної та збалансованої дієти і здорового способу життя;
- кількість і спосіб вживання, що забезпечать задекларований позитивний ефект;
- люди, яким варто уникати вживання зазначеної речовини;

- попередження про ризику для здоров'я у випадку надмірного споживання;
- якщо вказують на зменшення ризику виникнення певної хвороби, то додають твердження про те, що хвороба має багато факторів ризику і зміна одного не обов'язково матиме позитивний ефект;
- інші обмеження та інструкції для споживання.

Забороняють інформацію, що:

- є неправдивою, незрозумілою або такою, що вводить в оману (зокрема, без наукового підтвердження);
- формує сумніви у безпечності чи неповноцінності споживання інших продуктів;
- сприяє надмірному споживанню продукту;
- прямо чи опосередковано стверджує, що збалансована дієта не забезпечує всі необхідні поживні речовини;
- намагається налякати споживачів, зазначаючи про зміни у функціонуванні організму, зокрема і через малюнки;
- твердження на алкогольних напоях (якщо тільки не йдеться, що вміст алкоголю чи енергетична цінність зменшені);
- вказує на швидкість (наприклад "2 кг за тиждень") чи розмір зменшення (наприклад, "Ви втратите 4 кг") ваги особи;
- зазначає, що невживання певного продукту харчування шкідливе для здоров'я;
- посилення на думку окремого доктора чи асоціацію (крім випадку, коли йдеться про загальнонаціональні медичні асоціації та благодійні організації у сфері охорони здоров'я);
- твердження, що продукт унеможливує виникнення чи лікує хворобу людини (але дозволені твердження про зменшення ризику хвороби).

Якщо виробник хоче **заресструвати нове твердження** чи змінити існуюче, то він має звернутися до компетентного національного органу, що переадресує заяву на розгляд до Європейського органу із безпеки продуктів харчування. Дозволяють не реєструвати твердження, якщо вони базуються на загальноприйнятих наукових даних і добре зрозумілі середньостатистичному споживачу.

6.10. ХАРЧОВІ ДОБАВКИ

Основний документ: **Регламент про харчові добавки** – Regulation (EC) No 1333/2008 of the European Parliament and of the Council of 16 December 2008 on food additives.

Харчовою добавкою є речовина, яку зазвичай не споживають як їжу, але додають до харчового продукту з технологічних міркувань. Регламент не стосується таких речовин (якщо тільки їх не використовують як харчові добавки): допоміжні речовини у процесі переробки, засоби захисту рослин і продукції рослинництва, додані поживні речовини, частково смакові добавки і ферменти, речовини для обробки води для споживання людиною. Також міститься перелік речовин, які не вважають харчовими добавками (наприклад, моносахариди, покриття продукту, хлорид амонію, інулін тощо).

Харчова добавка може бути **дозволена, якщо** вона не створює проблем щодо безпечності для здоров'я, у ній є обґрунтована технологічна потреба, а її використання не вводить в оману споживача. Добавка має бути корисною для споживача, наприклад, зберігати харчову цінність продукту, допомагати у виробничому процесі, задовольняти специфічні дієтичні потреби тощо. Їх потрібно використовувати у найменших кількостях, що дозволяють одержати цільовий ефект. Необхідно зазначати добавки у маркуванні (назва та/або Е-номер), наприклад барвник Е 100 – куркумін.

У дод. I перераховані **класи харчових добавок**: підсолоджувачі (*sweeteners*), барвники (*colours*), консерванти (*preservatives*), антиоксиданти / антиокиснювачі (*antioxidants*), кислоти (*acids*), регулятори кислотності (*acidity regulators*) тощо. У дод. II–III міститься перелік дозволених добавок з умовами їхнього використання. Подані граничні концентрації, наприклад, 10 г глутамату натрію на 1 кг продукту – індивідуально або разом з іншими солями глутамінової кислоти чи власне глутаміновою кислотою. Зазначені детальні умови використання за видами продуктів, наприклад, вуглекислий газ (*carbon dioxide*) можна використовувати в їжі для малих дітей, у моцарелі не використовують

добавки, у сухофруктах дозволяють діоксид сірки в межах допустимих концентрацій тощо.

Зазвичай **не можна використовувати** добавки у неперероблених продуктах харчування й у продуктах для малих дітей (якщо про інше не зазначено в дод. II). У дод. II також подано перелік продуктів, у яких загалом не використовують добавки (наприклад, масло, листовий чай без смакових добавок, натуральна мінеральна вода, цукор тощо) або зокрема барвники (наприклад, молоко, мука, сіль тощо).

Додаткові роз'яснення щодо опису харчових добавок подані у **Регламенті про специфікації для харчових добавок, перерахованих у дод. II і III Регламенту (ЄС) № 1333/2008** – Commission Regulation (EU) No 231/2012 of 9 March 2012 laying down specifications for food additives listed in Annexes II and III to Regulation (EC) No 1333/2008 of the European Parliament and of the Council.

6.11. МАТЕРІАЛИ І ПРЕДМЕТИ, ЩО КОНТАКТУЮТЬ ІЗ ПРОДУКТАМИ ХАРЧУВАННЯ

Основний документ: **Регламент про матеріали і предмети, що контактують із продуктами харчування** – Regulation (EC) No 1935/2004 of the European Parliament and of the Council of 27 October 2004 on materials and articles intended to come into contact with food.

Регламент застосовують до упаковки, пляшок, столових приборів, клеючих речовин, печатної фарби для маркування. Проте документ не застосовують до:

- предметів антикваріату;
- покриття, наприклад покриття сирів, готових м'ясних продуктів, фруктів, що є частиною продукту і можуть бути з'їдені;
- обладнання для подачі води трубопроводом.

Загальні вимоги. Матеріали і предмети, що контактують із продуктами харчування, не повинні дозволяти міграцію речовин в продукти харчування в кількостях, які можуть становити небез-

зпеку для здоров'я людини, змінити склад продукту в неприйнятний спосіб чи призвести до погіршення органолептичних якостей продукту. Діє вимога щодо можливості відстеження таких матеріалів по каналах постачання і необхідності створення декларації про відповідність. Маркування, реклама і демонстрація таких матеріалів та предметів не має вводити в оману споживача.

Для дозволу на новий матеріал необхідно подавати заяву до компетентного органу країни – члена ЄС, де матеріал планують випускати на ринок. Цей орган переадресує заяву на розгляд до Європейського органу з безпеки продуктів харчування.

Інформація про матеріали і предмети, що контактують із продуктами харчування, має міститися на упаковці. Якщо матеріал чи предмет поки не перебуває в контакті з їжею при продажу, але має таке призначення, зазвичай має зазначатися фраза "для харчових продуктів" ("for food contact") чи графічний символ "бокал і виделка" (див. рис. 6.2) тощо, за необхідності інструкції щодо використання, назва й адреса виробника або відповідального продавця у ЄС тощо.



Рис. 6.2. Логотип придатності для контакту із продуктами харчування

Джерело: Symbol used for marking materials intended to come into contact with food in the European Union as defined in regulation (EC) No 1935. 2004 / Wikipedia. URL: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/78/EU_food_contact_material_symbol.svg/1014px-EU_food_contact_material_symbol.svg.png.

Спеціальні вимоги можуть діяти для окремих видів матеріалів і предметів: розумна упаковка, клеючі речовини, кераміка, пробка, гума, скло, метали, папір і картон, пластик, печатна фарба, текстиль, віск, деревина тощо. Спеціальні вимоги можуть передбачати:

- перелік дозволених речовин при виробництві матеріалу;
- критерії чистоти;
- спеціальні умови використання;
- допустимі межі міграції певних компонентів у їжу;
- положення задля захисту здоров'я людини;
- основні правила оцінки відповідності;
- правила відбору зразків;
- положення задля забезпечення відстеження каналів поставок;
- додаткові вимоги щодо маркування;
- створення реєстру для дозволених речовин, процесів, матеріалів і предметів;
- спеціальні правила для одержання дозволу тощо.

Регламент, зокрема, дозволяє використання активної та розумної ("active" і "intelligent") упаковки. Активна упаковка подовжує термін зберігання, зокрема завдяки поглинанню чи, навпаки, додаванню спеціальних речовин у вміст. Розумна упаковка забезпечує інформацію про свіжість продукту (наприклад, зміна кольору в разі псування).

Іншим нормативним актом у цій сфері є **Регламент про пластикові матеріали та предмети, призначені для контакту із продуктами харчування** – Commission Regulation (EU) No 10/2011 of 14 January 2011 on plastic materials and articles intended to come into contact with food.

Такі матеріали можуть складатися повністю із пластику, кількох шарів пластику або пластику в комбінації з іншими матеріалами. **При виробництві** таких пластикових матеріалів та предметів **можуть використовувати тільки речовини**, зазначені в дод. I (подані мономері, добавки, допоміжні речовини при виробництві полімерів, макромолекули, одержані при мікробіологічній ферментації), а також барвники та розчинники і низка

інших речовин, поданих у ст. 6. Умови їхнього використання зазначені в дод. II.

Допускають, що шар, який прямо не контактує з їжею, зазвичай може не відповідати обмеженням згідно із цим регламентом і може бути вироблений з інших речовин, ніж дозволені (але в будь-якому випадку не з мутагенних, карценогенних, токсичних для репродуктивного здоров'я речовин чи наноматеріалів).

У дод. I–II також містяться допустимі (специфічні та сумарні) норми **міграції речовин** із пластикових матеріалів і предметів у їжу. Наприклад, сумарна допустима норма – до 10 мг усіх компонентів на 1 дм² поверхні продукту харчування (особливі норми діють у випадку продуктів харчування для малих дітей).

Виробник повинен сформулювати декларацію (згідно із формою у дод. IV) із зазначенням використаних речовин. Для національних компетентних органів має також бути доступною **документація** про результати тестів, аналізу, розрахунки, докази безпечності та відповідності. У дод. III і V подано методику тестування відповідності вимогам.

Глава 7 РЕГУЛЮВАННЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ

7.1. ЄДИНИЙ РИНОК ПОСЛУГ

Основний документ: **Директива про послуги на внутрішньому ринку** – Directive 2006/123/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 on services in the internal market.

Директива спрямована на усунення бар'єрів у торгівлі послугами всередині ЄС шляхом спрощення адміністративних процедур для провайдерів послуг, посилення прав споживачів і бізнесу, що одержують послуги, та співпраці між країнами – членами ЄС.

Директива охоплює широкий спектр послуг, але є низка секторів поза регулюванням нею (фінансові та страхові, деякі електронні, телекомунікаційні, аудіовізуальні, приватні охоронні, частково транспортні послуги, послуги агентств тимчасового працевлаштування, азартні ігри, послуги у сфері охорони здоров'я, послуги нотаріусів і судових виконавців, державних установ, державні або делеговані державою послуги соціального характеру). Також вона не стосується послуг загального економічного інтересу, зарезервованих за державними чи приватними установами; приватизації державних установ, що надають послуги; скасування монополій чи схем державної допомоги; заходів підтримки культурного та мовного різноманіття чи плюралізму засобів масової інформації; трудового права і системи соціального захисту тощо. У разі суперечності цієї директиви із секторальними нормативними актами ЄС, останні мають пріоритет.

Доступ до ринку країн-членів. Директива дозволяє провайдерам послуг мати юридичну адресу в іншій країні ЄС, а не тільки у своїй. Для цього країни ЄС мали:

- забезпечити загалом вільний рух послуг між країнами-членами, крім передбачених винятків;

- створити контактні пункти (*points of single contact*) для інформування та підтримки бізнесу щодо адміністративних процедур для початку господарської діяльності, забезпечити проходження процедур в електронному вигляді;
- переглянути та спростити схеми надання дозволів у сфері послуг;
- скасувати бар'єри для споживачів послуг, що бажають придбати послуги з іншої країни-члена;
- зробити доступними інформацію про юридичні норми та допомогу, зокрема правила захисту прав споживачів та процедури компенсації в інших країнах – членах ЄС.

З боку країни ЄС заборонені такі вимоги для ведення бізнесу на її території:

- дискримінаційні вимоги, основані на громадянстві чи резидентстві компаній, їхнього персоналу, керівництва, власників;
- вимоги мати підприємства, що засновані, внесені в реєстри або мають членство у професійних установах більше ніж в одній країні-члені;
- необхідність довести, що на послуги провайдерів є попит;
- заборона на створення певних типів інфраструктури на своїй території для провайдерів з інших країн (наприклад офісів);
- та низка інших вимог.

Країни-члени мають забезпечити, щоб провайдери послуг надавали таку **інформацію для одержувачів послуг**:

- назва, юридичний статус і форма провайдера послуг, його юридична адреса, контактні дані, зокрема для комунікації електронними засобами;
- назва торгового або подібного реєстру, якщо в ньому зареєстрований провайдер, його реєстраційний номер;
- інформація про компетентний орган, якщо діяльність потребує дозволу;
- номер реєстрації платника ПДВ, якщо це передбачено;

- професійний орган, де зареєстрований провайдер, – у випадку регульованих професій (тобто, для доступу до яких необхідно мати відповідну професійну кваліфікацію), професійний статус;
- загальні умови надання послуг;
- наявність контрактних пунктів щодо застосованого права і компетентних судів;
- наявність післяпродажної гарантії, крім передбаченої законодавством;
- ціна на послугу, якщо вона встановлена провайдером наперед для відповідного типу послуг;
- основні характеристики послуги, якщо вони не є очевидними згідно з контекстом;
- страховка, гарантії, їхнє територіальне охоплення, контактні дані страховика або гаранта.

А на вимогу споживачів мають надавати інформацію щодо таких аспектів, як:

- ціна, якщо вона не встановлена наперед, або спосіб її розрахунку;
- посилання на професійні правила у країні-члені у випадку регульованих професій;
- інформація про мультидисциплінарну діяльність та партнерства, пов'язані з послугою, і заходи, прийняті для уникнення конфлікту інтересів;
- кодекси поведінки, застосовані провайдером, адреси, за якими можна дізнатися електронним способом із зазначенням мови інформації;
- інформація про можливі засоби несудового врегулювання суперечок, якщо провайдер дотримується певних кодексів поведінки, є членом торгової асоціації або професійного органу, які забезпечують такий засіб.

Провайдери послуг повинні мати **страхування** професійної відповідальності чи надавати **гарантію**, якщо їхні послуги несуть ризик для здоров'я і безпеки одержувача послуг чи третьої особи, або для фінансової безпеки одержувача послуг.

7.2. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ БУДИНКІВ

Основний документ: **Директива про енергоефективність будинків** – Directive 2010/31/EU of the European Parliament and of the Council of 19 May 2010 on the energy performance of buildings.

Країнам-членам слід встановити **мінімальні вимоги** до енергоефективності будинків з урахуванням оптимальних витрат. Вони мають стосуватися, зокрема, таких елементів: системи опалення, охолодження, локальна подача гарячої води, вентиляція, автоматизація та контроль будинку, убудоване освітлення, генерація електроенергії на місці. Ці вимоги необхідно переглядати кожні п'ять років. При цьому слід використовувати диференційний підхід щодо нових та існуючих будинків, між різними категоріями будинків; уникати ситуації недостатньої вентиляції, урахувати місцеві умови.

Нові будинки мають відповідати цим вимогам. Із 2021 р. всі нові будинки повинні мати рівень чистого споживання енергії, близький до нуля (а будинки державних установ із 2019 р.) зокрема за рахунок енергоефективності та/або генерації електроенергії з відновлювальних джерел на місці чи неподалік від будинку.

Потрібно підвищити енергоефективність **існуючих будинків** під час капітального ремонту до необхідного рівня. Якщо встановлюють нові чи удосконалюють існуючі системи опалювання, охолодження, подачі гарячої води, кондиціонування та вентиляції, то вони мають відповідати нормативам щодо енергоефективності. Конструкційні елементи, що суттєво впливають на енергоефективність (зокрема елементи стін, даху), також мають відповідати нормативам енергоефективності, якщо їх замінюють або вдосконалюють. На парковках для автомобілів (якщо в них більше ніж 10 місць), усередині будинків чи безпосередньо поряд із ними зазвичай мають встановлювати зарядні системи для електромобілів.

Директива дозволяє робити **винятки для таких типів будинків:**

- історичні й інші подібні будинки, що захищені державою (наприклад, які мають архітектурну цінність);

- місця релігійного призначення;
- тимчасові будівлі (до двох років), промислові та сільсько-господарські будівлі з низьким рівнем енергоспоживання;
- будинки для сезонного проживання;
- окремі будівлі із сукупною площею до 50 м².

Передбачено розробку системи **сертифікації енергоефективності будинків**. Її мають здійснювати кваліфіковані / акредитовані експерти. Сертифікат повинен містити фактичні показники енергоефективності та рекомендації щодо її підвищення. Показник енергоефективності із сертифікату має відображатися в рекламі, коли будинок, або його частина виставлені на продаж або для здавання в оренду. При побудові, продажу, оренді потрібно показувати сертифікат чи його копію новим мешканцям або потенційним покупцям. Якщо будинок має площу понад 250 м² і використовується державною установою або його часто відвідують люди, то сертифікат має бути показаний на видному місці. Також країни-члени відповідають за створення системи періодичної інспекції систем опалення та кондиціонування будинків.

Додатки містять **методику оцінки енергоефективності будинків**, рівня автоматизації будинків (*smart-readiness*) й інші деталі. А методику для визначення нормативів енергоефективності з урахуванням оптимізації витрат подано в **Регламенті, що доповнює Директиву про енергоефективність будинків шляхом встановлення порівняльної методики для розрахунку мінімальних вимог щодо енергоефективності будинків та їхніх елементів з урахуванням оптимізації витрат** – Commission Delegated Regulation (EU) No 244/2012 of 16 January 2012 supplementing Directive 2010/31/EU of the European Parliament and of the Council on the energy performance of buildings by establishing a comparative methodology framework for calculating cost-optimal levels of minimum energy performance requirements for buildings and building elements.

7.3. ПОЖЕЖНА БЕЗПЕКА В ГОТЕЛЯХ

Основний документ: **Рекомендація щодо пожежної безпеки в існуючих готелях** – Council Recommendation 86/666/EEC of 22 December 1986 on fire safety in existing hotels.

Країнам-членам рекомендовано забезпечити відповідність готелів таким **основним вимогам** і здійснювати періодичні інспекції щодо цього:

- наявність запасних виходів для евакуації, які мають бути вільними із нанесенням відповідних позначень;
- збереження стійкості будинків, принаймні протягом часу, необхідного для евакуації людей;
- обмеження на використання сильногорючих речовин у конструктивних елементах та в інтер'єрі;
- безпечність функціонування технічних приладів й обладнання;
- наявність працюючих системи оповіщення про пожежу й обладнання для гасіння пожеж;
- наявність інструкцій з безпеки і плану евакуації у приміщеннях;
- тренований персонал щодо дій на випадок пожежі тощо.

У додатку містяться **детальні настанови** щодо шляхів евакуації, конструкції будинку, покриттів та декору, систем електричного живлення, опалювання та вентиляції, протипожежних систем, інструкцій із безпеки. Наприклад, не можна встановлювати дзеркала в місцях шляхів евакуації, якщо вони можуть увести в оману щодо напрямку евакуації; будинки висотою понад три поверхи мають залишатися стійкими під час пожежі протягом, щонайменше, 60 хв; у готелях має бути аварійне освітлення, якщо основна система освітлення виходить з ладу тощо.

Ці **вимоги стосуються** готелів, мотелів та інших подібних закладів (як мінімум із 20 місцями для розміщення), що займають цілий будинок або його частину. Альтернативні способи, що гарантують такий самий рівень безпеки, можливі з технічних або економічних міркувань та для менших закладів.

Огляд стану безпеки в цій сфері висвітлений у **Зеленій книзі: Безпека послуг із поселення туристів** – Green Paper. Safety of Tourism Accommodation Services. European Commission, 22.7.2014 [COM(2014) 464 final].

7.4. ПАКЕТНІ ТУРИ

Основний документ: **Директива про пакетні тури і пов'язані заходи у сфері подорожей** – Directive (EU) 2015/2302 on package travel and linked travel arrangements.

Директива ухвалена замість старої аналогічної директиви, зокрема вона враховує новітні тенденції з поширення онлайн-бронювання та забезпечує додатковий захист інтересів споживачів. **Пакетний тур** означає зазвичай комбінацію щонайменше двох різних типів туристичних послуг (наприклад, переліт чи подорож залізничним транспортом і поселення), що продаються разом за загальною ціною і зазвичай в одному пункті або їх рекламують разом. Директива не стосується таких типів подорожей:

- тривалістю менше 24 год, якщо тільки не передбачена ночівля;
- що пропонуються на разовій основі, на засадах неприбутковості й обмеженій групі подорожуючих;
- пов'язані з бізнесом або професійною діяльністю і придбані як частина загальної угоди про подорожі.

Перед підписанням контракту організатор або продавець туру мають **надати таку інформацію**:

- план подорожі з датами та кількістю ночей;
- умови транспортування, зокрема час відправлення і прибуття, зупинки та пересадки;
- умови поселення;
- план харчування;
- екскурсії та інші передбачені послуги;
- приблизний розмір групи у випадку групових подорожей;
- мова надання туристичних послуг – за потреби;
- придатність подорожі для людей з обмеженою мобільністю і на запит мандрівника придатність з урахуванням його потреб;

- назва і контактні дані організатора туру і, якщо це доречно, продавця туру;
- повна ціна з урахуванням податків і додаткових витрат;
- спосіб платежу;
- мінімальний розмір групи, щоб подорож була здійснена і часові обмеження на можливість скасування подорожі із цієї причини;
- паспортні та візові вимоги і формальності медичного характеру;
- те, що подорожуючий може анулювати контракт у будь-який момент до початку подорожі за розумну або стандартну компенсацію;
- добровільна або обов'язкова страховка на випадок анулювання контракту мандрівникам, на покриття витрат на допомогу за умов настання нещасного випадку, хвороби чи смерті.

Стандартні інформаційні форми також представлені у додатках. **У контракті також слід прописати:**

- спеціальні вимоги з боку подорожуючого, на які погодився організатор туру;
- інформацію, що організатор туру відповідає за належне виконання всіх туристичних послуг, внесених у контракт, і за надання допомоги у випадку складнощів у мандрівника;
- контактні дані організації захисту туристів у випадку неплатоспроможності організаторів туру та контактні дані місцевого представника організатора туру;
- обов'язок, що подорожуючий має повідомити про будь-яку невідповідність, про яку йому відомо;
- у випадку подорожі дітей без супроводу батьків інформація, необхідна для прямого контакту з дитиною чи відповідальною за нею особою в місці перебування;
- інформація про процедури врегулювання скарг;
- право подорожуючого передати право на контракт третій особі.

Також у розумний проміжок часу до початку туру організатор має надати необхідні чеки, ваучери, білети та необхідну інформацію для подорожі.

Турист за розумну компенсацію **може** анулювати контракт у будь-який момент до початку подорожі. Він може анулювати контракт без компенсації у випадку надзвичайних подій у місці призначення чи безпосередній близькості до нього, або якщо ці події впливають на здатність доїхати до місця призначення. В останньому випадку турист має право на повернення всієї сплаченої ним раніше суми. Турист також може передати право на контракт іншій особі, яка відповідає вимогам, якщо повідомляє про це, принаймні, за сім днів до початку подорожі. Однак турист мусить за це сплатити розумну компенсацію.

Організатор туру відповідає за належне виконання всіх туристичних послуг, унесених у контракт, навіть якщо їх надають треті особи. Якщо організатор не здатний надати значну частину із замовлених туристичних послуг, він може це компенсувати іншими послугами аналогічної або вищої якості без додаткової плати. Якщо неможливо повернути туристів через надзвичайні обставини, то організатор має оплатити вартість поселення в межах вартості трьох ночей. Передбачені й інші положення на випадок неналежного виконання обов'язків оператором.

Збільшення ціни туру можливе, але зазвичай у межах 8 % і тільки, якщо таку можливість чітко зазначено в контракті (як і можливість зниження ціни). Зміна ціни можлива тільки з урахуванням таких факторів: вартість палива чи інших джерел енергії, збільшення податків або зборів третіми особами, валютний курс. Про будь-яке збільшення ціни має бути повідомлено щонайменше за 20 днів до початку туру. Якщо організатор вносить суттєві зміни в контракт чи збільшує ціну більше ніж на 8 %, то турист може прийняти це або анулювати контракт із поверненням йому сплачених ним раніше коштів протягом 14 днів.

Уведено додатковий захист туристів на випадок **неплатоспроможності туристичної компанії**. Зокрема, якщо тур охоплює перевезення подорожуючого, то він має передбачати страховку на випадок неплатоспроможності організатора туру

для покриття витрат на репатріацію. Для поліпшення співпраці в цій сфері створюють мережу центральних контактних пунктів у країнах ЄС.

7.5. ПРАВА ПАСАЖИРІВ АВТОБУСНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Основний документ: **Регламент про права пасажирів при автобусних перевезеннях** – Regulation (EU) No 181/2011 of the European Parliament and of the Council of 16 February 2011 concerning the rights of passengers in bus and coach transport.

Регламент застосовують до регулярних перевезень, крім перевезень, призначених для окремих категорій пасажирів, якщо пункт відправлення або прибуття розміщується в ЄС, а відстань перевезення становить не менше 250 км. Деякі положення стосуються й перевезень на коротші відстані. Передбачені також винятки у випадку внутрішніх перевезень і перевезень, що здійснюються переважно за межами ЄС, квитків із відкритою датою.

Для перевезень на довгу дистанцію передбачені:

- адекватна допомога (харчування і за необхідності поселення на термін до двох ночей у готелі вартістю до 80 євро за ніч) у випадку скасування рейсу чи запізнення у відправленні більше ніж на 1,5 год, якщо подорож має тривати понад 3 год;
- гарантії відшкодування або перенаправлення у випадку продажу більшої кількості квитків, ніж є місць (*overbooking*), скасування або запізнення відправлення більше ніж на 120 хв;
- додаткова компенсація 50 % вартості квитка у схожих ситуаціях, якщо не здійснюють відшкодування або перенаправлення перевізником;
- інформування про скасування рейсу або запізнення із відправленням;
- допомога пасажирам, компенсація у випадку смерті, поранення, втрат у випадку ДТП (наприклад, максимальний ліміт за одиницю багажу не може бути меншим 1200 євро);

- безкоштовна допомога особам з інвалідністю та обмеженою мобільністю у терміналах і в автобусі, а також за необхідності безкоштовне перевезення супроводжуючої особи.

Інші вимоги стосуються **перевезень на будь-яку відстань**:

- недискримінація на основі громадянства щодо цін й умов перевезення;
- недискримінація осіб з інвалідністю або обмеженою мобільністю, компенсація у випадку втрати обладнання для забезпечення мобільності;
- мінімальні вимоги щодо інформації про рейс перед і під час перевезення, інформація про права пасажирів в терміналах й онлайн;
- механізм урегулювання скарг;
- національні органи в кожній країні – члені ЄС, що мають забезпечувати дотримання регламенту.

7.6. ТРИВАЛІСТЬ ВОДІННЯ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ І ВІДПОЧИНКУ ВОДІЇВ

Основний документ: **Регламент про гармонізацію деяких аспектів соціального законодавства у сфері автотранспорту** – Regulation (EC) No 561/2006 of the European Parliament and of the Council of 15 March 2006 on the harmonisation of certain social legislation relating to road transport.

Регламент регулює питання часу водіння і відпочинку водіїв автобусів (понад дев'ять місць) і вантажних автомобілів (масою понад 3,5 т) у випадку перевезень у ЄС, а також між ЄС, Швейцарією та країнами Європейської економічної зони. Регламент передбачає **винятки** для низки видів транспортних засобів, зокрема в таких випадках:

- при регулярних перевезеннях на відстань не більше 50 км (замість тахографа контроль здійснюють іншими засобами);
- транспортні засоби з максимальною швидкістю не більше 40 км/год;
- транспортні засоби масою до 7,5 т при некомерційних транспортних операціях для перевезення вантажів;

- спеціальні та військові транспортні засоби, або які задіяні в гуманітарних, пошукових операціях тощо;
- якщо водію потрібно доїхати до зручного місця для зупинки (але тоді потрібно вказати цю причини в записках чи на роздруківці тахографу).

Додаткові винятки можуть передбачити країни – члени ЄС на своїй території, наприклад:

- транспорт сільськогосподарських, лісових, рибних підприємств у межах радіусу 100 км;
- транспортні засоби масою до 7,5 т на газу чи електроенергії в межах радіусу 50 км;
- транспортні засоби, що використовують на малих островах без з'єднання з іншою сушею або лише в портах чи залізничних терміналах;
- у малонаселених регіонах;
- надання тимчасового дозволу на недотримання норм у термінових випадках терміном до 30 днів;
- транспортні засоби для телебачення, дорожніх служб, цирку, парків атракціонів, для збору молока, перевезення грошей тощо.

Вимоги. Водіям або їхнім помічникам має бути щонайменше 18 років (у випадку помічників стажерів – хоча б 16 років за низки умов). У нових транспортних засобах, що підпадають під дію регламенту, мають бути встановлені цифрові тахографи. Дані тахографів слід зберігати щонайменше 12 місяців.

Час водіння має обмеження: 9 год на день, 56 год на тиждень, 90 год протягом двох тижнів. Після 4,5 год водіння передбачено перерву щонайменше 45 хв. Зазвичай має бути хоча б 11 год відпочинку на день, 45 год відпочинку на тиждень. Передбачені й додаткові нюанси у правилах. Відпочинок зазвичай дозволяють здійснювати і в автомобілі, якщо він не рухається і має належні умови для сну.

Мотивація. Транспортні компанії не можуть преміювати водіїв залежно від пройденої відстані чи обсягу перевезених това-

рів, якщо це ставить під загрозу безпеку руху. Країни-члени можуть запроваджувати такі види заходів у випадку порушень:

- фінансові санкції для транспортної компанії;
- примусовий денний відпочинок для водія;
- фіксація транспортного засобу;
- відкликання, призупинення або обмеження дії ліцензії транспортної компанії чи водійських прав.

7.7. СПОЖИВЧЕ КРЕДИТУВАННЯ

Основний документ: **Директива про кредитні угоди для споживачів** – Directive 2008/48/EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2008 on credit agreements for consumers.

Директива стосується кредитів споживачам на купівлю товарів або послуг. Її не застосовують до кредитних угод, що:

- забезпечені іпотекою, на купівлю землі чи іншої нерухомості (це регулює інший нормативний акт – **Директива про кредитні угоди для споживачів у сфері нерухомості для проживання** – Directive 2014/17/EU on credit agreements for consumers relating to residential immovable property);
- вартістю до 200 чи понад 75 000 євро (крім незабезпечених кредитів на реновацію житла);
- пов'язані з орендою чи лізингом без зобов'язання викупу майна;
- передбачають безвідсоткові позики без інших платежів та подібні позики;
- у формі овердрафту терміном до одного місяця;
- з інвестиційною компанією;
- за рішенням суду;
- пов'язані із виплатою існуючого боргу;
- забезпечені заставним майном, що передають на зберігання кредитору;

- застосовують до безвідсоткових кредитів роботодавця працівникам або за зниженою ставкою, якщо це не є основним видом їхньої діяльності;
- пов'язані з кредитами для обмежених груп осіб, якщо застосовують відсоткову ставку нижче ринкової.

Додаткові послаблення за певних умов можуть бути до організації взаємного кредитування їхніх членів на пільгових умовах.

Перед укладанням контракту кредитор зазвичай має **надати** таку **інформацію**:

- тип кредиту;
- назва й адреса кредитора та за необхідності кредитного посередника;
- термін дії угоди;
- загальна сума;
- відсоткова ставка за кредитом і деталі щодо її застосування;
- фактична річна відсоткова ставка (з урахуванням комісії, плати за страхування і гарантії, податків тощо) і повний розмір суми, яку має повернути споживач;
- обсяг, кількість і частота платежів для виплати боргу;
- при купівлі в розстрочку – назва і звичайна ціна товару або послуги;
- зобов'язання щодо додаткових угод (наприклад страхування);
- права споживача, такі як право анулювати дію угоди, одночасно виплатити борг тощо;
- наслідки прострочення чи нездійснення платежу;
- за потреби: забезпечення; інші витрати (нотаріус, підтримка рахунків тощо);
- інші контрактні зобов'язання тощо.

Стандартна форма для інформації Standard European Consumer Credit Information form представлена у дод. II. Методика розрахунку фактичної річної відсоткової ставки (*annual percentage rate of charge*) міститься в дод. I. Діють також вимоги про те, яка основна інформація має бути в рекламних повідомленнях, які умови мають бути внесені у кредитну угоду. Кредитор повинен робити роз'яснення так, щоб клієнт міг обрати оптимальну для нього схему кредитування.

Діє **зобов'язання кредитора** перевіряти платоспроможність клієнтів на основі інформації від клієнта або кредитної бази даних (кредитного бюро, бюро кредитних історій), а у випадку відмови повідомляти про це із зазначенням деталей використаної кредитної бази даних.

У випадку зміни відсоткової ставки, споживач має бути повідомлений про нову ставку, кількість і частоту платежів на виплату боргу. **Споживачі мають право** відмовитись від угоди, повідомивши про це кредитора протягом 14 днів з дня укладання угоди. Вони також можуть достроково виплатити борг за умов справедливої компенсації кредитору згідно зі встановленими обмеженнями на таку плату.

7.8. ДИСТАНЦІЙНИЙ ПРОДАЖ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Основний документ: **Директива про дистанційний продаж фінансових послуг для споживачів** – Directive 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council of 23 September 2002 concerning the distance marketing of consumer financial services.

Директива регулює укладання контрактів у сфері роздільних фінансових послуг (банківських, кредитних, страхових, платіжних, інвестиційних, пенсійного страхування), які укладають на відстані (по телефону, факсу або інтернету). Якщо укладений первинний контракт, після якого відбувається серія подібних операцій, то норми директиви стосуються тільки первинного контракту.

Перед укладанням контракту **споживач має бути проінформований** зазвичай про такі умови:

- назва й основний тип господарської діяльності провайдера послуг, його адреса реєстрації й інші важливі адреси;
- інформація про представника провайдера / професіонала, якщо він залучений;
- назва реєстру, де зареєстрований провайдер, і номер у реєстрі;
- інформація про регулюючий орган, якщо це доречно;
- опис й основні характеристики послуги;

- ціна, з урахуванням усіх податків, зборів, додаткових платежів, або метод її визначення;
- якщо фінансові інструменти пов'язані з ризиком або ціна на фінансові операції залежить від тенденцій на фінансових ринках, повідомлення про те, що історичні дані про ціни та дохідність не є індикатором майбутніх цін або дохідності;
- попередження про можливість існування інших податків чи витрат, що не сплачують через провайдера послуг;
- термін дії наданої інформації;
- умови платежу і надання послуг;
- додаткові витрати на дистанційні засоби зв'язку, якщо вони існують;
- наявність чи право анулювати контракт та умови для цього, зокрема і необхідної суми компенсації, адреси, куди звернутися для цього;
- мінімальна тривалість дистанційного контракту, якщо послуги мають надавати постійно або періодично;
- інформація про можливість й умови дострокового припинення дії контракту;
- застосоване національне законодавство, компетенція судів;
- мови контракту, попередньої інформації та подальшої комунікації;
- механізм й умови позасудового врегулювання суперечок;
- наявність гарантійного фонду чи схеми компенсації, іншої ніж це передбачено **Директивою про схеми гарантій депозитів** – Directive 94/19/EC of the European Parliament and of the Council of 30 May 1994 on deposit guarantee schemes і **Директивою про схеми компенсації інвесторам** – Directive 97/9/EC of the European Parliament and of the Council of 3 March 1997 on investor compensation schemes.

Передбачений обов'язок передати споживачу проєкт контракту на належному носії (електронною поштою, у паперовому вигляді або на компакт-диску тощо).

Заборонено продаж послуг, на надання яких не було надано згоду споживачем (крім автоматичного продовження дії контра-

кту). Особливий порядок передбачено при телефонному спілкуванні. Заборонено здійснювати автоматичні дзвінки та інше без попереднього дозволу.

Споживач фінансових послуг має право на обмірковування пропозиції протягом щонайменше 14 днів, протягом яких усі умови пропозиції залишаються дійсними. Після укладання контракту споживач має право відмовитися від нього протягом 14 днів (30 днів у випадку пенсійного страхування або страхування життя).

Якщо при припиненні дії контракту надання послуги вже було почато, споживач має сплатити за вже надані послуги до цього, а якщо послуги було надано повністю, то анулювання контракту неможливе. Право на період обмірковування й анулювання контракту не застосовують й у випадку, якщо коливання ціни фінансової послуги прив'язані до тенденцій на фінансових ринках, при страхуванні мандрівників і багажу чи подібних контрактах страхування терміном до одного місяця та деяких інших випадках, передбачених національним законодавством.

У випадку використання грошей із кредитної картки шахраями, споживач може подати запит на скасування платежу чи відшкодування здійсненого платежу.

7.9. ПЛАТІЖНІ ПОСЛУГИ

Основний документ: **Директива про платіжні послуги у внутрішньому ринку** – Directive (EU) 2015/2366 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015 on payment services in the internal market, amending Directives 2002/65/EC, 2009/110/EC and 2013/36/EU and Regulation (EU) No 1093/2010, and repealing Directive 2007/64/EC.

Директива дає **визначення платіжних послуг**:

- послуги, що дають можливість покласти чи зняти готівку з банківського рахунку, а також операції, необхідні для управління рахунку;

- переказ грошей: пряме дебетування / direct debit (наприклад, списання коштів компаніями у сфері комунальних послуг за їхньою ініціативою з рахунку користувача послуг без додаткового дозволу останнього на кожний такий платіж), переказ за допомогою платіжного доручення / credit transfer і карткові платежі;
- деякі інші види платіжних послуг.

Директива не регулює такі види платежів: розрахунки готівкою без посередництва, послуги інкасатора, готівкові валютно-обмінні операції без задіяння рахунку, платежі між провайдерами платіжних послуг, платежі між філією та материнською компанією, деякі платежі за допомогою специфічних інструментів для використання обмеженим способом і низку інших видів платежів.

Директива встановлює такі правила:

- вимоги безпеки до електронних платежів та захисту фінансових даних споживачів для зменшення ризиків шахрайства;
- умови прозорості та вимоги щодо інформування користувачів послуг;
- права й обов'язки користувачів і провайдерів платіжних послуг.

Вона стимулює відкриття ринків платіжних послуг для збільшення переваг від конкуренції та враховує інноваційні методи платежів (інтернет і мобільні платежі). Відкривається доступ до ринку ЄС і **небанківським компаніям**, що надають:

- послуги інформації про рахунок, що дозволяють користувачу переглядати свою фінансову ситуацію в будь-який час;
- послуги ініціації платежу, що передбачають передачу наказу користувача рахунку на здійснення платежу з рахунку, який перебуває в іншому провайдері платіжних послуг (зокрема вони дозволяють споживачам сплачувати за онлайн-покупки, а продавцям бути упевненими, що платіж було ініційовано, щоб почати відправлення товару або надання послуг).

Для одержання дозволу на надання платіжних послуг установа має подати заявку згідно зі встановленими вимогами і

відповідати певним вимогам щодо структури власності, достатності капіталу, страхування професійної відповідальності. Передбачений нагляд за авторизованими платіжними установами.

Урегульовані **права споживачів** шляхом:

- зменшення відповідальності власника рахунку у випадку несанкціонованих платежів зі 150 до 50 євро (наприклад, якщо кредитна картка була викрадена або втрачена), крім випадків грубої необачності або шахрайства з боку власника рахунку; власник рахунку не несе відповідальність за платежі після повідомлення банку про крадіжку;
- безумовного права повернення коштів у випадку прямого дебетування, якщо звернутися протягом восьми тижнів;
- зменшення додаткових платежів за користування кредитної або дебетної картки споживачами.

Передбачено формування регуляторних **технічних стандартів**, яким мають відповідати провайдери платіжних послуг (зокрема, **Регламент про регуляторні технічні стандарти для надійної авторизації клієнта і загальні та безпечні відкриті стандарти комунікації** – Regulation (EU) 2018/389 on regulatory technical standards for strong customer authentication and common and secure open standards of communication та ін.).

Іншим важливим нормативним актом є **Регламент про трансграничні платежі у Співтоваристві** – Regulation (EC) No 924/2009 of the European Parliament and of the Council of 16 September 2009 on cross-border payments in the Community and repealing Regulation (EC) No 2560/2001.

Регламент вимагає, щоб платежі з однаковими характеристиками всередині країни-члена і між країнами – членами ЄС здійснювалися за **однакову плату**. Це стосується всіх видів електронних розрахунків (зокрема за платіжними дорученнями, прямого дебетування, зняття грошей із банкоматів, карткових платежів, переказів готівки) в євро або національних валют країн-членів, що вирішили застосовувати норми цього регламенту. Вимога однакової плати не стосується сплати за конвертацію валют.

Ідентифікація банку і рахунку. Якщо її застосовують, то провайдери платіжних послуг мають надати кожному клієнту

міжнародний номер банківського рахунку – International Bank Account Number (IBAN). Вони також повинні повідомити про свій банківський ідентифікаційний код Bank Identifier Code (BIC). Якщо це передбачено, то постачальники товарів і послуг також повідомляють споживачам свій IBAN і BIC свого провайдера платіжних послуг.

7.10. РОЗВИТОК ЦИФРОВОГО СЕКТОРА ЄС

Тенденції поточних і майбутніх змін у законодавстві ЄС у сфері регулювання продажу товарів та особливо послуг значною мірою обумовлене діджиталізація. Особливо зважаючи на те, що ЄС є одним із лідерів за показниками розвитку цифрового сектора.

Згідно з Євростатом, у 2018 р. 17 % товарообороту нефінансових компаній ЄС (які мали не менше 10 зайнятих) забезпечувалося завдяки **електронній комерції**. Особливо значна її роль в Ірландії (35 %), Бельгії (32) і Чехії (29 %).

У середньому 77 % **нефінансових компаній** ЄС у 2018 р. мали власний **вебсайт**. Щодо функціоналу, 56 % компаній мали вебсайт з описом товарів і послуг та цінами, 19 % забезпечували онлайн-замовлення або резервування, 9 % – онлайн-відстеження замовлень, 38 % мали вебсайт із посиланням на профілі в соціальних мережах. У 2016 р. 27 % компаній мали вебсайт з оголошеннями про вакансії чи можливістю подавати заявки на працевлаштування. У 2014 р. 30 % компаній мали вебсайт із можливістю електронної подачі скарг, 31 % – з інформацією про політику приватності чи сертифікацією у сфері інтернет-безпеки.

Якщо розглянути **сектори економіки** ЄС, які найбільше і найменше використовують цифрові технології за даними 2017–2018 рр., то інформаційно-телекомунікаційний сектор був у лідерах за часткою підприємств, що користувалися мобільним інтернетом (83 %), які закуповували онлайн щонайменше 1 % товарів чи послуг (49), оплачували хмарні послуги з обробки даних (64), наймали ІТ-фахівців (74), використовували технології радіочастотної ідентифікації (22 %). Сектор послуг із поселення лідирував за кількістю підприємств із вебсайтом (95 %),

що сплачують за рекламу в інтернеті (53), продавали через інтернет хоча б 1 % товарів/послуг (6%), використовували соціальні мережі (80 %).

Компанії у сфері послуг транспортування та зберігання, на-
впаки, найрідше мали вебсайти (63 %), сплачували за рекламу в
інтернеті (15), мали стаціонарний широкосмуговий інтернет-
зв'язок (90 %). Будівельні компанії найрідше наймали
ІТ-фахівців (8 %), мали онлайн-продажі (4), використовували
радіочастотну ідентифікацію (7 %). Сектор металургії та вироб-
ництва продукції з металів найрідше використовував соціальні
мережі (29 % компаній).

У 2018 р. 50 % мешканців ЄС здійснювали **онлайн-покупки**
принаймні в попередні три місяці (38 % у 2013 р.). Найбільше це
робили у Великій Британії (77 %), Данії (73), Нідерландах (70),
Німеччині (68 %). Найменше у Болгарії та Румунії – по 13 %.
У 2017 р. серед тих, хто користувався онлайн-покупками протя-
гом попереднього року для особистих цілей, 69 % не зіштовху-
валися з якимись проблемами, особливо у Греції (91 %), Іспанії
(91) і Португалії (90), на противагу покупцям у Мальті (31) і
Люксембурзі (34 %). Мали проблеми із затримкою доставки
17 % онлайн-покупців у ЄС, 11 – з технічними збоями, 9 – із
доставкою не тих чи пошкоджених товарів або послуг, 5 – важ-
кістю отримати інформацію про гарантії чи інші права споживача,
4 – неналежною реакцією на скарги, 3 % – шахрайством.

Інші цифрові послуги для споживачів. У 2018 р. 42 % меш-
канців ЄС здійснювали телефонні чи відеодзвінки через інтер-
нет, 56 – брали участь у соціальних мережах, 54 – використовували
інтернет-банкінг, 29 – грали чи завантажували ігри, 48 %
слухали музику через інтернет. У 2017 р. 7 % проходили он-
лайн-курси, 33 – завантажували власноруч створений контент на
вебсайти, 17 – шукали роботу чи подавали заявку на працевлаш-
тування через інтернет, 61 – читали новини в інтернеті. У 2015 р.
32 % шукали в інтернеті інформацію про освіту чи тренінги.
У 2014 р. 9 % створювали свої вебсайти чи блоги. У 2018 р.
16 % мешканців ЄС використовували спеціалізовані вебсайти чи
додатки для одержання послуг із поселення від іншої фізичної
особи, а 6 % – аналогічно одержували транспортні послуги.

7.11. РЕГУЛЮВАННЯ ПРОДАЖУ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТУ І ЦИФРОВИХ ПОСЛУГ

Основний документ: **Директива про деякі юридичні аспекти послуг інформаційного суспільства, зокрема електронної комерції, на інтернет-ринку** – 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.

Директива охоплює такі онлайн-послуги:

- новини;
- продаж (книги, фінансові послуги, туристичні послуги тощо);
- реклама;
- професійні послуги;
- послуги розваг;
- основні послуги посередництва (доступ до інтернету, передача і хостинг інформації).

Директиву застосовують й у випадку безкоштовних послуг, які фінансують завдяки рекламі чи спонсорству, або непрямой оплати – оплати даними. Адже розвиток цифрової економіки приводить до поширення безкоштовних товарів і послуг, де джерелом компенсації витрат є дані, створені користувачем (історія пошуку, пости тощо), що використовуються з метою таргетування реклами.

Зазначено, що **оператори послуг** інформаційного суспільства послуг підлягають регулюванню, діючому у країні їхньої реєстрації, а не там, де розміщені їхні сервери, адреси електронної пошти чи поштові скриньки (за деякими винятками). Оператори мають публікувати доступним чином інформацію про себе, свою адресу тощо. Інформація про ціни повинна бути чіткою, слід зазначати, чи закладені в ціну податки і витрати на доставку.

Необхідно забезпечити, щоб реклама / **комерційне повідомлення** чітко сприймалися як реклама і можливо було би ідентифікувати рекламодавця. Промопрпозиції, ігри та конкурси також мають бути чітко ідентифіковані, а їхні умови доступними для перегляду.

Необхідно ідентифікувати спам (незапитувані комерційні повідомлення електронною поштою). Компанії, що розсилають спам, мають регулярно звірятися з реєстрами відмови від таких повідомлень.

Якщо комерційні повідомлення надають представники регульованих професій (де вимагають наявність відповідного диплому / кваліфікації), то вони мають відповідати вимогам щодо професійних правил, таких як незалежність, професійна таємниця й етика.

Електронним контрактам слід надавати такий статус як і паперовим. Проте передбачені винятки (залежно від законодавства країни-члена) для контрактів:

- у сфері торгівлі нерухомістю (крім оренди);
- із залученням судових органів, державних органів або професіоналів, які представляють їхні функції;
- щодо надання поручительства і застави особою за межами своєї ділової чи професійної діяльності;
- що регулює сімейне право або право щодо спадщини.

Споживачі повинні мати можливість зберегти і роздрукувати їх. Якщо укладання контракту не здійснюють через електронну пошту, то має містити інформацію про:

- технічні кроки, що повинні здійснити споживачі для укладання контракту;
- можливість переглянути контракт пізніше;
- те, як споживачі можуть визначити і виправити помилки перед здійсненням замовлення;
- мови, якими можна укласти контракт.

У сфері онлайн-замовлень провайдер послуги має надати електронним шляхом підтвердження одержання замовлення без необґрунтованих затримок.

Провайдерів таких послуг, як **суто передача даних, кешування і хостинг** звільняють від відповідальності, пов'язаної з нелегальною діяльністю чи інформацією, якщо вони не знали про неї, а якщо дізналися про це, то вжили заходів із припинення доступу до такої інформації. Вони не зобов'язані вести загальний моніторинг інформації, яку передають чи зберігають. Однак

якщо вони натрапляють на факти порушень, то законодавство країни-члена може вимагати від них повідомити компетентні органи з можливістю ідентифікації одержувача послуг.

Директива також сприяє розвитку кодексів поведінки й онлайн-системам позасудового врегулювання суперечок, особливо якщо споживач і продавець перебувають у різних країнах.

Додатково був прийнятий **Регламент про збереження транскордонного доступу до послуг онлайн-контенту у внутрішньому ринку** – Regulation (EU) 2017/1128 of the European Parliament and of the Council of 14 June 2017 on cross-border portability of online content services in the internal market.

Провайдери послуг доступу до онлайн-контенту мають надати можливість підписникам, які відвідують інші країни ЄС, **зберігати доступ до своїх оплачених послуг** так само, як й у своїй країні проживання. Такі послуги передбачають послуги показу відео онлайн, онлайн-ТВ, онлайн-трансляцію музики, онлайн-магазини ігор, онлайн-трансляцію спортивних ігор, електронні книжки.

Контент, доступний в інших країнах ЄС, має бути таким самим контентом, для такого самого спектра та кількості пристроїв, кількості користувачів, такою самою функціональністю і без додаткової плати. При цьому немає обов'язку провайдера надавати таку саму якість (якщо тільки про це немає домовленості з підписником), але провайдер не повинен свідомо знижувати якість.

При укладанні контракту чи його поновленні провайдер має **перевірити країну ЄС, де проживає підписник**, використовуючи максимум два джерела інформації з переліку (наприклад, посвідчення особистості, платіжні реквізити, місце встановлення електронного пристрою, адресу інтернет-протоколу тощо). Провайдер не зобов'язаний надавати послуги за кордоном підписнику, якщо він не повідомить інформацію про країну свого проживання.

Ще одним важливим нормативним актом у цій сфері є **Директива про деякі аспекти стосовно контрактів на постачання цифрового контенту і цифрових послуг** – Directive (EU) 2019/770 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019

on certain aspects concerning contracts for the supply of digital content and digital services.

Директива стосується правил щодо:

- відповідності цифрового контенту і цифрових послуг контрактним умовам,
- відшкодування у випадку невідповідності чи невиконання поставки,
- модифікації цифрового контенту чи цифрових послуг.

Цифровий контент означає дані, що створені та постачаються в цифровій формі. Цифрові послуги – це послуги, що дозволяють споживачу створювати, обробляти, зберігати чи мати доступ до цифрових даних або які дозволяють поширення цифрових даних, створених чи завантажених споживачем або іншим користувачем таких послуг.

Директиву не застосовують у таких випадках:

- якщо цифровий контент чи послуги пов'язані або внесені в товари;
- послуги електронних телекомунікацій (крім інтернет-месенджерів, що не залежать від номера);
- азартні ігри;
- фінансові послуги;
- безкоштовне програмне забезпечення без використання персональних даних споживача іншим шляхом ніж суто з технічною метою тощо.

Передбачено, що **поставку або надання доступу** до цифрового контенту чи послуг мають здійснювати згідно з умовами контракту після його укладання без необґрунтованої затримки.

Суб'єктивні критерії відповідності умовам контракту:

- відповідність заявленому опису, кількості, якості, функціональності, сумісності тощо;
- відповідність спеціальним цілям споживача, якщо на це погодився продавець;
- постачання з аксесуарами, інструкціями, технічною підтримкою;
- оновлення.

Об'єктивні критерії відповідності умовам контракту:

- відповідність цілям, функціональності, сумісності, доступності, безпеці, яким зазвичай мають відповідати цифровий контент чи послуги такого типу з урахуванням законодавства, технічних стандартів, заяв продавця тощо;
- поставка з відповідними аксесуарами, інструкціями;
- відповідність пробним версіям чи демонстрації, доступним споживачу до укладання контракту;
- інформування і поставка оновлень, включаючи оновлення для безпеки, так, щоб цифровий контент чи послуги зберігали свою відповідність протягом обумовленого чи обгрунтовано очікуваного періоду часу;
- поставка найсучаснішої доступної версії цифрового продукту чи послуги, якщо сторони не погодили інше.

У випадку **невідповідності**, цифровий продукт або послуга мають бути приведені у відповідність. Альтернативні засоби врегулювання – пропорційне зменшення ціни або анулювання контракту з поверненням сплачених коштів. Після анулювання контракту споживач не має права використовувати цифровий контент або послугу і ділитися ними із третіми особами.

У випадку тривалого доступу до цифрового контенту чи послуг продавець може його **модифікувати**, якщо:

- така можливість передбачена контрактом,
- споживач не сплачує додаткову плату за це,
- якщо споживача заздалегідь попереджено про модифікацію і його право припинити дію контракту або зберігати цифровий контент чи послуги без модифікації.

7.12. ВИМОГИ ЩОДО ДОСТУПНОСТІ ДЛЯ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

Основний документ: **Директива про вимоги для товарів та послуг щодо доступності** – Directive (EU) 2019/882 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on the accessibility requirements for products and services (OJ. L 151, 7.6.2019, pp. 70–115).

Директива має на меті гармонізувати вимоги щодо доступності товарів для уникнення негативного впливу на торгівлю відмінностей у законодавстві країн-членів; забезпечити переваги людям з обмеженими можливостями та похилого віку. Це є важливим питанням, оскільки в ЄС проживає близько 80 млн людей з тими чи іншими обмеженнями можливостей (фізичними, металевими, інтелектуальними чи щодо органів відчуттів) і ця кількість зростає по мірі старіння населення. Норми директиви мають набути чинності у країнах-членах із 2025 р. з деякими винятками (наприклад, продовження терміну дії старих терміналів самообслуговування з урахуванням їхнього терміну придатності, але не більше 20 років).

Вона стосується таких товарів і послуг:

- комп'ютери й операційні системи;
- платіжні термінали, банкомати, інформаційні термінали тощо;
- смартфони й інше обладнання для доступу до телекомунікаційних послуг;
- телевізійне обладнання, зокрема і послуги цифрового телебачення;
- електронні книжки (пристрої та власне тексти);
- телефонні послуги;
- послуги доступу до аудіовізуальних продуктів;
- деякі елементи транспортних послуг, такі як вебсайти, мобільні сервіси, електронні квитки, інформування;
- банківські послуги для споживачів;
- послуги електронної комерції;
- відповіді на дзвінки екстреним службам на єдиний номер 112.

Не підпадають під дію директиви:

- записи відео та інших подібних медіафайлів і формати офісних файлів, опубліковані до середини 2025 р.;
- онлайн-карти за умов доступності необхідної інформації;
- вебсайти й інші форми архівування інформації, які не оновлюють / редагують після середини 2025 р.;
- контент третіх сторін, що не фінансується, не контролюється і не розроблений відповідним економічним оператором;
- частково мікропідприємства у сфері послуг.

Директива встановлюватиме такі **вимоги**: продукти мають розробляти таким чином, щоб їх могли використовувати люди з обмеженими можливостями; продукти повинні відповідати вимогам щодо інформації та інструкцій, інтерфейсу, функціональності, допоміжних послуг і пакування.

У сфері послуг провайдери мають:

- надавати інформацію про послугу, її доступність;
- робити доступними вебсайти і послуги для мобільних пристроїв;
- підтримувати послуги, такі як кол-центри, служби підтримки та навчання;
- застосовувати практики і процедури, що враховують потреби осіб з обмеженими можливостями.

Країни-члени можуть встановлювати також вимоги щодо доступності до громадських приміщень, де надають послуги.

Визначені вимоги до виробників щодо конструкції товарів, оцінки їхньої відповідності, технічної документації та інструкцій до товарів. Імпортери мають розміщувати на ринку тільки товари, що не порушують вимог стосовно доступності. Провайдери послуг повинні розробляти і надавати послуги згідно із цією директивою, інформувати про послуги доступним шляхом.

У дод. II наведені **прикладі індикативних варіантів забезпечення доступності**, наприклад:

- забезпечення візуальної і тактильної інформації або візуальної та звукової інформації про місце вставлення картки в терміналі самообслуговування;
- використання слів чітким і послідовним чином, щоб люди з обмеженими інтелектуальними можливостями могли їх зрозуміти;
- забезпечення субтитрів;
- супроводжувальна діаграма з текстом про основні дії;
- роз'єм у банкоматі для навушників для озвучення інформації на екрані;

- можливості збільшити текст, збільшити контрастність;
- у випадку зеленої та червоної кнопки додатково текстом вказувати їхній колір;
- збільшення кнопок на тач-екрані для людей із тремором;
- уникнення візуальних іміджів із блиманням для безпеки людей, що можуть одержати приступ від цього;
- використання альтернативних методів розпізнавання, крім відбитків пальців для осіб, що не можуть користуватися руками;
- надання достатнього часу для введення паролю;
- маркування на упаковці телефону про те, що телефон містить опції для людей з обмеженими можливостями;
- забезпечення текстового опису малюнка тощо.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Байко Р. Р. Захист прав споживачів в Європейському Союзі в контексті наближення українського законодавства до європейських стандартів [Електронний ресурс] / Р. Р. Байко, Л. І. Васильєва // Financial and Economic Analysis Office in the VRU. – 2016. – 12 р. – Режим доступу : https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2016/04/FEAO_Zahyst_prav_A5_web.pdf.

2. Економічна асоціація України з Європейським Союзом : монограф. / О. І. Шнирков, В. І. Муравйов, Р. О. Заблоцька та ін. ; за ред. О. І. Шниркова, В. І. Муравйова. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2015. – 415 с.

3. Європейський Союз: економіка, політика, право: енциклопед. словн. / редкол. : В. В. Копійка (голова), О. І. Шнирков (заст. гол.), В. І. Муравйов та ін. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2011. – 368 с.

4. Калініна О. М. Правове регулювання діяльності компаній в Європейському Союзі: дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.11 / О. М. Калініна ; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2013. – 234 с.

5. Калініна О. М. Реформування корпоративного права України відповідно до Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом / О. М. Калініна // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. пр. – К., 2013. – Вип. 115. (ч. 2). – С. 168–175.

6. Навігатор угоди [Електронний ресурс] // Європейська правда. – Режим доступу : <http://navigator.eurointegration.com.ua/tasks>.

7. Регистрация предприятия [Электронный ресурс] // Eesti.ee. – Режим доступа : <https://www.eesti.ee/ru/ziznennye-sobytia/hocu-sozdat-predpriatie>.

8. Розвиток новітніх форм міжнародної економічної інтеграції на початку 21 століття : монограф. / О. І. Шнирков, А. С. Філіпенко, Р. О. Заблоцька, З. О. Луцишин та ін. ; за ред. О. І. Шниркова. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2016. – 415 с.

9. Угода про асоціацію: Захист прав споживачів. Інфографіка [Електронний ресурс] // Українська правда. – 2013. – Режим доступу : <https://www.pravda.com.ua/articles/2013/10/7/6999416>.

10. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони [Електронний ресурс] : ратифіковано Законом № 1678-VII від 16.09.2014. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011.

11. Хеллер М. Енциклопедія з експортування в ЄС на засадах ПВЗВТ [Електронний ресурс] / М. Хеллер, С. Нерпій, В. Пятницький // Harrow: CTA Economic & Export Analysts Ltd. / Кабінет Міністрів України, Урядовий офіс з питань європейської інтеграції, Торгова-промислова палата України. – 2016. – 899 с. – Режим доступу : <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/ugoda-pro-asociaciyu/bucklets/encyclopaediaukr-part1.pdf>.

12. Хочу создать предприятие [Электронный ресурс] // Eesti.ee. – Режим доступа : <https://www.eesti.ee/ru/ziznennyye-sobytia/hocu-sozdat-predpriatie>.

13. Чугаєв О. А. Розвиток цифрового сектору ЄС [Електронний ресурс] / О. А. Чугаєв // Міжнародні відносини. Сер.: Економічні науки. Спец. вип. "Діджиталізація сучасної системи міжнародних економічних відносин" : зб. тез Міжнародної наук.-практ. конф. (Київ, 21 листопада 2019 р.). – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, Центр досконалості Жана Моне. – 2019. – № 20. – Т. 2. – С. 21–23. – Режим доступу : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/download/3796/3459.

14. Шнирков О. І. ЄС: від єдиного цифрового ринку до цифрового союзу країн-членів [Електронний ресурс] / О. І. Шнирков // Міжнародні відносини. Сер.: Економічні науки. Спец. вип. "Діджиталізація сучасної системи міжнародних економічних відносин" : зб. тез Міжнародної наук.-практ. конф. (Київ, 21 листопада 2019 р.). – К. : Київський нац. ун-т імені Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, Центр досконалості Жана Моне. – 2019. – № 20. – Т. 2. – С. 1–6. – Режим доступу : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/download/3790/3454.

15. A deeper and fairer Single Market [Electronic source] / European Commission. – Brussels, 28 October 2015. – Access mode : https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/memo_15_5910/MEMO_15_5910_EN.pdf.

16. Aims of the organic logo [Electronic source] / European Commission. – Access mode : <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organics-glance/organic-logo>.

17. Alexandropoulou A. Study on digitalisation of company law [Electronic source] / A. Alexandropoulou, E. Senini, G. Somers ; by everis for the European Commission – DG Justice and Consumers. – 2017. – Access mode : https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/dg_just_digitalisation_of_company_law_final_report.pdf.

18. Alexandropoulou A. Study on digitalisation of company law [Electronic source] / A. Alexandropoulou, E. Senini, G. Somers // Member States Report / by everis for the European Commission – DG Justice and Consumers. – 2017. – Access mode : https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/dg_just_digitalisation_of_company_law_country_report_v3.2_0.pdf.

19. Business Reforms [Electronic source] // Doing Business / The World Bank. – Access mode : <https://www.doingbusiness.org/en/reforms>.

20. SE Companies [Electronic source] / A. Carlson ; SEEurope, ETUI. – Bologna 2018-03-12/13. – Access mode : <http://www.worker-participation.eu/content/download/6230/103998/file/SE-FactsFigures-2018-03-13%20Bologna.pdf>.

21. Commission staff working document. A Single Market Strategy for Europe – Analysis and Evidence Accompanying the document Upgrading the Single Market: more opportunities for people and business. – 28.10.2015. – [SWD(2015) 202 final].

22. Communication from the Commission of 5 October 2007 to the Council, the European Parliament, the European Economic and

Social Committee and the Committee of the Regions: Overcoming the stigma of business failure – for a second chance policy – Implementing the Lisbon Partnership for Growth and Jobs. – [COM (2007) 584 final].

23. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions of 14 March 2006 – Implementing the Lisbon Community Programme for Growth and Jobs – Transfer of Businesses – Continuity through a new beginning. – [COM (2006) 117 final].

24. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions of 28 October 2015. Upgrading the Single Market: more opportunities for people and business Brussels. – [COM (2015) 550 final].

25. Company law and corporate governance [Electronic source] / European Commission. – Access mode : https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/doing-business-eu/company-law-and-corporate-governance_en.

26. Consumer protection [Electronic source] / European Commission. – Access mode : https://ec.europa.eu/info/policies/consumers/consumer-protection_en.

27. Cosmetic product notification portal [Electronic source] / European Commission. – Access mode : <https://ec.europa.eu/growth/sectors/cosmetics/cnpn>.

28. De Streel A. Towards smarter consumer protection rules for digital services [Electronic source] : 28th European Regional ITS

Conference, Passau 169509, International Telecommunications Society (ITS) / A. Streele de, A.-L. Sibony. – 2017 – Access mode : <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/169509/1/de-Streele-Sibony.pdf>.

29. Doing Business Data. Economy Snapshots [Electronic source] / Doing Business. The World Bank. – Access mode : <https://www.doingbusiness.org/en/data>.

30. Ease of Doing Business rankings [Electronic source] / Doing Business. The World Bank. – Access mode : <https://www.doingbusiness.org/en/rankings>.

31. EU Ecolabel for Businesses [Electronic source] / European Commission. – Access mode : <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/eu-ecolabel-for-businesses.html>.

32. Eur-Lex [Electronic source]. – Access mode : <https://eur-lex.europa.eu/homepage.html>¹.

33. European Chemicals Agency (ECHA) [Electronic source]. – Access mode : <https://echa.europa.eu>.

34. European Commission [Electronic source]. – Access mode : https://ec.europa.eu/info/index_en.

35. European Commission Notice. The "Blue Guide" on the implementation of EU products rules [Electronic source]. – 2016/C272/01. – Access mode : <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/18027/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>.

¹ При підготовці навчального посібника використані нормативні документи та їхні огляди із зазначеного вебпорталу. Назви відповідних документів (директив, регламентів тощо) подані безпосередньо в тексті відповідних глав книги.

36. European Committee for Standardization [Electronic source]. – Access mode : <http://www.cen.eu/Pages/default.aspx>.

37. Eurostat [Electronic source]. – Access mode : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.

38. For a Second Chance Policy – to benefit all of us [Electronic source] / European Commission. – Access mode : <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/ewt>.

39. Food Safety [Electronic source] / European Commission. – Access mode : https://ec.europa.eu/food/safety_en.

40. Green Paper. Safety of Tourism Accommodation Services [Electronic source] / European Commission. – 22.7.2014 [COM (2014) 464 final]. – Access mode : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52014DC0464>.

41. Ideas [Electronic source] / RePEc. – Access mode : <http://ideas.repec.org/search.html>.

42. Johnson D. European business: Policy challenges for the new commercial environment / D. Johnson, C. Turner. – L. ; N. Y. : Routledge, 2000. – 376 p.

43. Kamiński R. European Union regulations of corporate reporting as a response to the evolution of business activity conditions / R. Kamiński // Applied Finance and Accounting. – Redfame publishing, 2016. – Vol. 2 (1). – P. 40–47.

44. Law Library [Electronic source] / Doing Business. The World Bank. – Access mode : <https://www.doingbusiness.org/en/law-library>.

45. Legislative train schedule [Electronic source]. – Access mode : <http://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-deeper-and-fairer-internal-market-with-a-strengthened-industrial-base-products>.

46. List of national market surveillance authorities by country [Electronic source] / European Commission. – Access mode : <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/38349>.

47. Mercado S. European Business. – 4th ed. / S. Mercado, R. Welford, K. Prescott. – Harlow : Prentice Hall, Financial Times, Pearson Education Limited, 2001. – 592 p.

48. Malczynska-Bialy M. Non-governmental organisations in European Union and its role in consumer protection [Electronic source] / M. Malczynska-Bialy // Proceedings of International Academic Conferences 5306970 / International Institute of Social and Economic Sciences. – 2016. – Access mode : <https://ideas.repec.org/p/sek/iacpro/5306970.html>.

49. Moussis N. Access to the European Union. – 22th ed. / N. Moussis. Intersentia, 2016. – 776 p.

50. NANDO [Electronic source] / European Commission. – Access mode : <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/nando>.

51. New energy efficiency labels explained [Electronic source] / European Commission. – Access mode : https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_19_1596.

52. Studying effectiveness of the European and Eurasian Economic Union food safety legislation / M. T. Nurgaliyeva et al. // European Research Studies Journal. – 2017. – Vol. 20. – № 3A. – P. 729–747.

53. Online Dispute Resolution [Electronic source]. – Access mode : <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=/main.home2.show&lng=EN>.

54. Points of single contact [Electronic source] / European Commission. – Access mode : https://ec.europa.eu/growth/single-market/services/services-directive/in-practice/contact_en.

55. Reference materials for GMO analysis [Electronic source] / European Commission. – Access mode : <https://ec.europa.eu/jrc/en/research-topic/reference-materials-gmo-analysis>.

56. Szikora V. Company legislation and reforms in Europe / V. Szikora // Curentul Juridic, The Juridical Current, Le Courant Juridique / Petru Maior University, Faculty of Economics Law and Administrative Sciences and Pro Iure Foundation. – 2018. – Vol. 72. – P. 155–171.

57. Rusu V. D. The business environment in CEE countries: Current challenges and perspectives / V. D. Rusu, A. Roman // CES Working Papers, Centre for European Studies, Alexandru Ioan Cuza University. – 2016. – Vol. 8 (1). – P. 128–147.

58. Safety Gate: the rapid alert system for dangerous non-food products [Electronic source] / European Commission. – Access mode : https://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/alerts/repository/content/pages/rapex/index_en.htm.

59. Sectors. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs [Electronic source] / European Commission. – Access mode : <https://ec.europa.eu/growth/sectors>.

60. Single market and standards. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs [Electronic source] / European Commission. – Access mode : https://ec.europa.eu/growth/single-market_en.

61. Summaries of EU Legislation [Electronic source] / Eur-Lex. – Access mode : <https://eur-lex.europa.eu/browse/summaries.html>.

62. The European Single Market [Electronic source] / European Commission. – Access mode : https://ec.europa.eu/growth/single-market_en.

63. The EU Ecolabel Product Catalogue [Electronic source] / European Commission. – Access mode : <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/eu-ecolabel-products-and-services.html>.

64. Trade Helpdesk [Electronic source] / European Commission. – Access mode : <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp>.

65. European business environment: Doing business in Europe. / S.A. Hall van, C. Leeuwen van, E. E. Lengton, R. W. Linden van der ; H. F. Somers (ed. by). – Groningen : Noordhoff Uitgevers, 2010. – 414 p.

66. Worker-participation.eu [Electronic source]. – Access mode : <http://www.worker-participation.eu>.

67. Your rights when making payments in Europe [Electronic source] / European Commission, 2019. – Access mode : https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/business_economy_euro/banking_and_finance/documents/leaflet-your-rights-payments-eu_en.pdf.

ДОДАТКИ

Додаток А

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

До глави 1

1. Назвіть основні джерела, де йдеться про особливості регулювання бізнесу у країнах ЄС.
2. З'ясуйте основні тенденції у сфері реформування бізнес-регулювання у країнах ЄС.
3. Які країни ЄС є лідерами щодо різних аспектів бізнес-регулювання?
4. З'ясуйте, які кроки потрібно зробити при реєстрації компанії.
5. Які документи потрібні при реєстрації компанії?
6. Проаналізуйте тенденції, що існують у сфері спрощення процедур реєстрації компаній у ЄС.
7. Опишіть етапи при реєстрації нерухомості.
8. Назвіть документи, що необхідні при реєстрації нерухомості.
9. Які тенденції існують у сфері спрощення процедур реєстрації нерухомості в ЄС?
10. Визначте кроки та документи, що необхідні для одержання дозволу на будівництво.
11. Які тенденції існують у сфері спрощення процедур для одержання дозволів на будівництво в ЄС?
12. Проаналізуйте етапи, які потрібно пройти при приєднанні будівель до електромереж.
13. З'ясуйте особливості функціонування кредитних реєстрів і кредитних бюро.
14. Яким чином регулюють права кредиторів щодо застави?
15. Назвіть вимоги до звітності компаній, що спрямовані на захист інтересів міноритарних акціонерів.
16. Яким чином регулюють операції компанії з пов'язаними сторонами?

17. З'ясуйте, які можливості для захисту своїх інтересів мають акціонери, яким була завдана шкода внаслідок дій директорів компанії.

18. Які податки зазвичай має сплачувати компанія?

19. Проаналізуйте основні зміни, що відбулися в податковому законодавстві країн – членів ЄС.

20. Які основні зміни відбулися у трудовому законодавстві країн – членів ЄС?

21. Визначте механізми, що передбачені для врегулювання суперечок щодо виконання контрактів.

22. Які існують тенденції у сфері регулювання залагодження суперечок між компаніями в ЄС?

23. Назвіть витрати, що виникають у процесі проведення процедур урегулювання проблеми неплатоспроможності компанії.

24. Охарактеризуйте тенденції, що існують у сфері спрощення процедур реструктуризації або реорганізації компаній у ЄС.

25. Яким чином регулюють залучення арбітражних керуючих до процедур урегулювання проблеми неплатоспроможності компанії?

26. Наведіть приклади ускладнення регулювання бізнесу.

До глави 2

1. Назвіть основні директиви ЄС у сфері корпоративного права.

2. З'ясуйте, яка інформація має міститися в установчих документах публічної компанії з обмеженою відповідальністю.

3. Які основні норми щодо розкриття інформації про компанію з обмеженою відповідальністю у корпоративному законодавстві ЄС?

4. Проаналізуйте, як регулюють обсяг підписного капіталу публічних компаній з обмеженою відповідальністю в ЄС.

5. Які види операцій з об'єднання та поділу компаній передбачені в корпоративному законодавстві ЄС?

6. Проаналізуйте порядок здійснення та обговорення пропозиції про купівлю компанії у ЄС.

7. Опишіть порядок підготовки до проведення загальних зборів акціонерів компаній, що перебувають у лістингу.

8. З'ясуйте, як визначають та регулюють операції з пов'язаними сторонами у корпоративному праві ЄС.

9. Яка особливість порядку ухвалення рішень у компаніях з обмеженою відповідальністю з одним власником?

10. Назвіть гармонізовані юридичні форми компаній та об'єднань у ЄС.

11. Якими способами можливо утворити європейську компанію (SE)?

12. Проаналізуйте, яким чином оформлюють перенесення юридичної адреси європейської компанії (SE).

13. Які існують варіанти організації управлінської структури європейської компанії?

14. Яким чином регулюють залучення трудового колективу до управління європейською компанією?

15. З'ясуйте, наскільки розповсюдженими є різні види європейських компаній на практиці.

16. Проаналізуйте особливості регулювання функціонування європейських об'єднань з економічних інтересів.

17. У яких випадках і які санкції передбачені за прострочення платежів за комерційними операціями між компаніями?

18. Назвіть критерії класифікації компаній за розміром у ЄС.

19. Охарактеризуйте вимоги щодо фінансової звітності компаній у ЄС.

20. Проаналізуйте інформацію, яку має містити управлінський звіт компаній у ЄС.

21. З'ясуйте, які додаткові вимоги діють щодо звітності великих компаній у ЄС.

До глави 3

1. Які нормативні акти в ЄС спрямовані проти введення споживача в оману або обмеження його прав?

2. Наведіть юридичне визначення споживчих товарів.

3. З'ясуйте умови, за яких товари вважають такими, що відповідають умовам контракту.

4. Які часові обмеження діють у випадку гарантій на товари?

5. У чому полягає відмінність юридичної та комерційної гарантії?

6. Які передбачені способи врегулювання у випадку невідповідності товарів умовам контракту?

7. Проаналізуйте новації, що передбачені в законодавстві ЄС щодо гарантій на товари.

8. З'ясуйте, хто підпадає під визначення споживача і виробника товару в нормативних актах у сфері захисту прав споживачів.

9. Яку шкоду мають компенсувати виробники дефектної продукції?

10. Визначте, за яких умов особа, яка зазнала шкоди, може одержати компенсацію від виробника дефектної продукції.

11. У яких випадках виробника дефектної продукції звільняють від відповідальності?

12. З'ясуйте, у яких випадках контракти на продаж товарів вважають дистанційними, а в яких контрактами, укладеними поза діловими приміщеннями продавця.

13. Проаналізуйте винятки, на які не поширюється дія Директиви про права споживачів.

14. З'ясуйте відмінності вимог щодо інформації для споживача у випадку звичайних і дистанційних контрактів.

15. За яких умов споживач може повернути товар у випадку дистанційних контрактів або контрактів, укладених поза діловими приміщеннями продавця?

16. Визначте, за яких умов споживач не може повернути товар у випадку дистанційних контрактів або контрактів, укладених поза діловими приміщеннями продавця.

17. Дайте визначення комерційної практики, що вводить в оману споживачів.

18. Що підпадає під визначення агресивної комерційної практики, що має бути заборонена?

19. Наведіть кілька прикладів недобросовісних торговельних методів.

20. У яких випадках реклама товарів чи послуг може бути заборонена з міркувань захисту прав споживачів?

21. З'ясуйте, яким критеріям має відповідати дозволена порівняльна реклама.

22. Дайте юридичне визначення і приклади недобросовісних умов контракту.

23. Що таке геоблокування?
24. З'ясуйте, яким чином заборонена дискримінація споживачів за ознакою громадянства чи місця проживання.
25. У яких випадках дозволяють не зазначати разом зі звичайною ціною товару ціну за одиницю продукції?
26. Проаналізуйте механізми судового чи позасудового врегулювання суперечок у сфері захисту прав споживачів у ЄС.
27. Яким чином Угода про асоціацію України з ЄС вплинула або має вплинути на захист прав споживачів в Україні?

До глави 4

1. Опишіть випадки, у яких застосовують гармонізоване законодавство ЄС у сфері технічного регулювання.
2. Що таке випуск продукту на ринок і які випадки не є ним?
3. Проаналізуйте цілі запровадження необхідних вимог у сфері технічного регулювання.
4. Охарактеризуйте способи засвідчення відповідності товарів необхідним вимогам технічного регулювання.
5. За яких умов країни – члени ЄС можуть відходити від принципу взаємного визнання відповідності товарів у межах єдиного ринку?
6. Які установи у сфері стандартизації діють у ЄС?
7. З'ясуйте критерії, що застосовують при визначенні безпечності виробу в ЄС.
8. Проаналізуйте призначення систем RAPEX і RASFF.
9. Якщо товар виявляється небезпечним, які заходи можуть бути використані для виправлення цієї ситуації?
10. Як відрізняються обов'язки виробника та імпортера щодо дотримання норм технічного регулювання в процесі підготовки товару до продажу?
11. Що таке нотифіковані установи і як можна знайти інформацію про них залежно від групи товарів, яка цікавить?
12. Проаналізуйте відмінності між різними модулями оцінки відповідності.
13. Назвіть підрозділи або установи, що залучені до процедури оцінки відповідності продукції.

14. У чому особливість модуля оцінки відповідності А "внутрішній контроль продукту"?

15. З'ясуйте особливість модуля оцінки відповідності В "експертиза ЄС-типового зразка".

16. Проаналізуйте повноваження органів ринкового нагляду.

17. Яким чином до ринкового нагляду залучені органи, відповідальні за контроль на зовнішніх кордонах?

18. З'ясуйте призначення й особливості застосування маркування "СЕ".

19. Які правові засоби у сфері технічного регулювання використовує ЄС для стимулювання торгівлі із третіми країнами?

20. Назвіть основні джерела інформації про технічні вимоги до товарів, що продають на ринку ЄС.

21. З'ясуйте, як швидко Україна має імплементувати норми горизонтального і вертикального законодавства ЄС у сфері технічного регулювання.

22. Що таке Угода про оцінку відповідності та прийнятність промислових товарів і як вона може стимулювати розвиток торгівлі між Україною і ЄС?

До глави 5

1. Яким чином технічне регулювання сприяє заощадженню енергії та захисту довкілля?

2. З'ясуйте, які критерії беруться до уваги при визначенні можливості використання екомаркування для конкретного товару.

3. Назвіть фінансові умови, що передбачені у випадку застосування екомаркування.

4. Які вимоги існують щодо енергомаркування в ЄС?

5. Що таке екодизайн і на яких критеріях він базується?

6. Проаналізуйте зобов'язання країн-членів у сфері поводження з упаковкою та відходами упаковки.

7. З'ясуйте, яким вимогам має відповідати упаковка, випущена на ринок.

8. Назвіть галузеві приклади гармонізації технічного регулювання на рівні ЄС.

9. Що є предметом регулювання Директиви про машини і механізми?

10. Визначте обов'язки виробників машин і механізмів.
11. Які критерії безпечності машин і механізмів?
12. З'ясуйте обов'язки виробників та інших економічних операторів, що постачають електричне обладнання.
13. Дайте юридичне визначення іграшок і перерахуйте подібні вироби, які не належать до іграшок.
14. Визначте вимоги до безпечності іграшок.
15. Які модулі оцінки відповідності використовують виробники іграшок?
16. З'ясуйте вимоги до маркування текстильних виробів щодо використаних волокон.
17. Які повноваження має відповідальна особа згідно з Регламентом про косметичну продукцію.
18. Назвіть вимоги до маркування косметичної продукції.
19. Які обмеження діють у виробництві косметичної продукції?
20. Проаналізуйте вимоги щодо маркування хімічних речовин.
21. Якою має бути упаковка для небезпечних речовин?
22. Які основні вимоги передбачені до будівельних матеріалів?
23. Охарактеризуйте структуру декларації про експлуатаційні властивості будівельного матеріалу.
24. Назвіть пріоритети ЄС щодо подальшого реформування регулювання внутрішнього ринку промислової продукції.

До глави 6

1. Проаналізуйте критерії безпечності продуктів харчування.
2. Які гігієнічні вимоги діють щодо поводження із продуктами харчування?
3. Що таке НАССР?
4. З'ясуйте складові системи офіційного контролю за виробництвом продуктів харчування.
5. Які методи використовують з метою здійснення контролю за виробництвом продуктів харчування?
6. Охарактеризуйте заходи, що передбачені у випадку невідповідності нормам виробництва продуктів харчування.
7. Яким чином здійснюють перевірку імпортованих продуктів харчування?

8. Які вимоги діють стосовно інформації на упаковці продуктів харчування?
9. Визначте, за яких умов може бути надано дозвіл на використання ГМО.
10. Назвіть вимоги до маркування у випадку використання ГМО у процесі виробництва продуктів харчування.
11. Дайте визначення новітніх продуктів харчування.
12. Які вимоги висувають до виробників новітніх продуктів харчування?
13. З'ясуйте, як регулюють продаж традиційних продуктів харчування із третіх країн, але які є новітніми в ЄС.
14. Які діють вимоги до заморожування, зберігання і маркування швидкозаморожених продуктів харчування?
15. Що може належати до органічної продукції?
16. Назвіть вимоги, що діють стосовно органічного рослинництва.
17. Проаналізуйте вимоги стосовно органічного тваринництва.
18. Як регулюють використання логотипу ЄС для органічної продукції?
19. З'ясуйте, як регулюють імпорт органічної продукції в ЄС із третіх країн.
20. Як зміниться регулювання органічної продукції із 2021 р.?
21. Проаналізуйте, як відбуваються сертифікація і перевірки виробників органічної продукції.
22. Як зазначають походження органічної сировини?
23. Наведіть приклади зареєстрованих тверджень про поживну цінність і позитивний вплив на здоров'я харчових продуктів.
24. Визначте, яким вимогам мають відповідати твердження про поживну цінність або позитивний вплив на здоров'я харчових продуктів.
25. Що входить до харчових добавок і як їх класифікують?
26. Поясніть, як регулюють використання харчових добавок.
27. Яким вимогам мають відповідати матеріали, що контактують із харчовими продуктами?
28. Що таке розумна й активна упаковка для продуктів харчування?

29. З'ясуйте, яким особливим вимогам мають відповідати пластиківі матеріали та предмети, що контактують із харчовими продуктами.

До глави 7

1. Опишіть сферу дії Директиви про послуги на внутрішньому ринку.

2. Яким чином Директива про послуги на внутрішньому ринку сприяє вільному руху послуг між країнами – членами ЄС?

3. З'ясуйте, яку інформацію мають надавати споживачам провайдери послуг.

4. Яким нормам щодо енергоефективності мають відповідати нові будинки?

5. Визначте, як слід підвищувати рівень енергоефективності існуючих будинків.

6. До яких будинків дозволено не застосовувати норми щодо енергоефективності?

7. Опишіть, як використовують сертифікат з енергоефективності будинку.

8. Які вимоги до пожежної безпеки готелів рекомендовано встановлювати країнам – членам ЄС?

9. Які послуги підпадають під дію Директиви про пакетні тури?

10. Проаналізуйте інформацію, яку має надати споживачу організатор або продавець пакетного туру.

11. Що слід прописати в контракті про пакетний тур?

12. Яким чином турист може реалізувати право на анулювання пакетного туру чи передачу його іншій особі?

13. Охарактеризуйте інші обов'язки організатора пакетного туру.

14. Як регулюють зміну ціни на пакетний тур?

15. З'ясуйте, які права мають пасажери автобусних перевезень на довгу і коротку дистанцію.

16. Як регулюють час водіння і відпочинок водіїв автобусів і вантажних автомобілів?

17. Визначте, у яких випадках не діють норми щодо часу водіння і відпочинку водіїв.

18. Яку інформацію має надати кредитор споживачу при купівлі товарів або послуг у кредит?

19. Як регулюють права й обов'язки позичальника і кредитора при споживчому кредитуванні?

20. З'ясуйте, про що має бути поінформований споживач дистанційних фінансових послуг перед укладанням контракту.

21. Яким чином визначені права споживача дистанційних фінансових послуг на обмірковування умов контракту та його анулювання?

22. Проаналізуйте платіжні послуги.

23. Як захищають права споживачів платіжних послуг?

24. Опишіть призначення IBAN і BIC.

25. З'ясуйте поточний стан діджиталізації операцій компаній у ЄС.

26. Проаналізуйте, наскільки поширені онлайн-покупки й інші цифрові послуги для споживачів.

27. Яким чином регулюють комерційні повідомлення в інтернеті?

28. У яких випадках електронні контракти мають такий самий статус, як і в паперовій формі?

29. З'ясуйте, як регулюють питання відповідальності провайдерів послуг із передачі даних, кешування і хостингу у сфері нелегальної інформації або діяльності.

30. Як регулюють транскордонний доступ підписників до онлайн-контенту?

31. Дайте визначення цифрового контенту і цифрових послуг.

32. Визначте критерії відповідності цифрового контенту та цифрових послуг умовам контракту.

33. Які наслідки невідповідності цифрового контенту і цифрових послуг умовам контракту?

34. Що підпадає під сферу дії Директиви про вимоги для товарів та послуг щодо доступності?

35. Проаналізуйте вимоги, що передбачені стосовно доступності товарів і послуг для осіб з обмеженими можливостями та осіб похилого віку.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

1. Проаналізуйте поточні новини у сфері європейського бізнес-середовища.

2. Здійсніть огляд наукової статті, присвяченої аналізу європейського бізнес-середовища.

3. Проаналізуйте нормативний акт ЄС у сфері регулювання бізнесу.

4. Визначте країни з найкращим або найгіршим рівнем регулювання бізнесу за різними кількісними та якісними показниками регулювання бізнесу в ЄС.

5. Проаналізуйте зв'язок економічної динаміки країн ЄС та якості регулювання бізнесу.

6. Яким чином фінансова криза 2008–2009 рр. вплинула на реформи у сфері регулювання бізнесу?

7. Які прогнози щодо реформування корпоративного законодавства на рівні ЄС або країн-членів?

8. Проаналізуйте причини обмеженої гармонізації юридичних форм організації бізнесу в ЄС.

9. Яка детальна інформація має міститися у фінансовій звітності компаній?

10. Порівняйте основні особливості корпоративного права в ЄС та Україні.

11. Визначте відповідність назв юридичних форм організації бізнесу в різних країнах ЄС.

12. Підготуйте інформацію про управлінську структуру та показники функціонування однієї з європейських компаній.

13. Як еволюціонує законодавство ЄС у сфері захисту прав споживачів?

14. Наведіть приклади судових рішень у сфері захисту прав споживачів.

15. Який прогрес фактично спостерігається щодо імплементації норм ЄС у сфері захисту прав споживачів у національне законодавство України?

16. Ознайомтеся з Керівництвом щодо застосування Директиви про недобросовісні торговельні методи, знайдіть приклади таких методів.

17. Спробуйте навести приклади невідповідності з поточної комерційної практики окремих продавців в Україні або іншій державі нормам захисту прав споживачів у ЄС.

18. Для обраного товару складіть текст інформації для споживачів так, щоб це відповідало нормам Директиви про права споживачів.

19. Наведіть приклади реклами, яка могла би бути забороненою згідно із законодавством ЄС.

20. На прикладі обраного виду товару для продукції різних виробників порівняйте ціни за упаковку і ціни за натуральну одиницю виміру.

21. Уявіть, що ви купили товар в ЄС, але ваші права як споживача були порушені. На уявному прикладі розробіть алгоритм урегулювання вашої суперечки із продавцем.

22. На прикладі однієї із країн вкажіть, які в ній функціонують органи ринкового нагляду.

23. На прикладі групи товарів з'ясуйте, які існують нотифіковані установи щодо оцінки їхньої відповідності.

24. Знайдіть приклади небезпечної продукції в системі RAPEX: які ризики та коригувальні заходи передбачені для таких товарів?

25. Наведіть приклади гармонізованих стандартів ЄС.

26. Яких нових кроків очікують щодо реформування технічного регулювання в ЄС?

27. Яка процедура передбачена за одним з модулів оцінки відповідності на вибір?

28. Проаналізуйте одну з угод про взаємне визнання оцінки відповідності за участю ЄС.

29. Порівняйте норми технічного регулювання ЄС, України й іншого інтеграційного утворення.

30. Який прогрес фактично спостерігається у сфері імплементації норм технічного регулювання ЄС у національне законодавство України?

31. Наскільки легко або складно українські компанії адаптуються до технічних вимог ЄС?

32. Охарактеризуйте перспективи поліпшення регулювання в обраній сфері регулювання бізнесу в Україні.

33. Знайдіть приклади продукції з екомаркуванням.

34. Наведіть приклади енергомаркування продукції.

35. Назвіть приклади позначень щодо типу ризику та відповідних настанов стосовно цього у Регламенті про класифікацію, маркування й упаковку речовин і сумішей.

36. Знайдіть приклад декларації про експлуатаційні якості.

37. На уявному прикладі продукту харчування сформуйте інформацію, яка буде використана при його маркуванні.

38. Складіть приклад заяви на одержання дозволу на новітній продукт харчування.

39. Знайдіть кілька прикладів дозволених новітніх продуктів харчування.

40. Назвіть приклади визнаних країн і контролюючих органів для цілей імпорту органічних продуктів.

41. Знайдіть приклади дозволених харчових добавок і специфічних вимог щодо їхнього застосування.

42. Проаналізуйте особливості регулювання послуг в Угоді про асоціацію Україна – ЄС: загальні положення і секторальні особливості.

43. Складіть приклад інформації, що надає споживачу провайдер послуг.

44. Продивіться детальні вимоги щодо пожежної безпеки готелів.

45. Охарактеризуйте стан безпеки туристів у ЄС згідно із Зеленою книгою: Безпека послуг з поселення туристів.

46. Знайдіть і перегляньте приклад контракту на пакетний тур.

47. Ознайомтеся зі стандартною формою для інформації Standard European Consumer Credit Information form.

48. Знайдіть у Євростаті новітні дані щодо рівня використання цифрових технологій у ЄС споживачами і компаніями.

49. Знайдіть і перегляньте приклад умов контракту на одержання цифрових послуг чи контенту.

50. Наведіть приклади варіантів забезпечення доступності товарів і послуг для людей з обмеженими можливостями та осіб похилого віку.

Додаток В

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ-КЕЙСИ

Варіант 1

Оберіть галузь, групу товарів або вид послуг і підготуйте презентацію на тему "Регулювання обраної галузі в ЄС". Робота має характеризувати такі аспекти регулювання галузі:

- основні нормативні акти;
- положення технічного регулювання;
- особливості оподаткування;
- особливості митно-тарифного регулювання;
- державне стимулювання бізнесу;
- очікувані зміни у регулюванні;
- фактори, що впливають на регулювання галузі;
- динаміка ринку та її фактори.

Конкретну структуру обирає студент, з огляду на специфіку галузі, доступність інформації та вимоги щодо обсягу роботи.

Варіант 2

Оберіть країну Європи і підготуйте презентацію на тему "Особливості регулювання основних аспектів бізнесу в обраній країні". Робота має характеризувати такі аспекти:

- заснування бізнесу,
- реєстрація нерухомості,

- дозволи на будівництво,
- приєднання до електромережі,
- одержання кредиту,
- захист міноритарних інвесторів,
- оподаткування,
- урегулювання суперечок щодо виконання контрактів,
- процедури розв'язання проблеми неплатоспроможності.

Бажано зазначити основні процедури, документи, час, вартість, тенденції до реформування. Конкретну структуру обирають з огляду на доступність інформації та вимоги щодо обсягу роботи.

Навчальне видання

Чугаєв Олексій Анатолійович

ЄВРОПЕЙСЬКЕ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ

Навчальний посібник

Редактор Т. П. Гуз

Оригінал-макет виготовлено ВПЦ "Київський університет"



Формат 60x84^{1/16}. Ум. друк. арк. 10,7. Наклад 100. Зам. № 220-9761.
Гарнітура Times New Roman. Папір офсетний. Друк офсетний. Вид. № МВ10.
Підписано до друку 19.10.20

Видавець і виготовлювач
ВПЦ "Київський університет"

Б-р Тараса Шевченка, 14, м. Київ, 01030

☎ (38044) 239 32 22; (38044) 239 31 72; тел./факс (38044) 239 31 28

e-mail: vpc_div.chief@univ.net.ua; redaktor@univ.net.ua

http: vpc.univ.kiev.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1103 від 31.10.02