

УДК 347+341.1

DOI <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2022.74.77>

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ПРИ УКЛАДЕННІ ЕЛЕКТРОННИХ ДОГОВОРІВ В РАМКАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Пристай Р.А.,
магістр права
юридичного факультету
Львівського національного університету
імені Івана Франка
ORCID: 0000-0002-8980-1650

Яворська І.М.,
кандидат юридичних наук,
доцент кафедри європейського права
Львівського національного університету
імені Івана Франка

Пристай Р.А., Яворська І.М. Захист прав споживачів при укладенні електронних договорів в рамках Європейського Союзу.

Проаналізувавши механізми захисту прав споживачів в сфері укладення електронних договорів, зазначено, що у праві ЄС окремого визначення поняття даного виду договору немає, натомість використовується поняття дистанційного договору. Право ЄС щодо укладення договорів в електронній формі допускає використання різних форм переговорів сторін, що є основною ознакою цього виду договорів. З цього дійшли висновку, що в процесі захисту прав споживачів в сфері електронної комерції доцільним є використання загального поняття дистанційного договору та застосування до нього норм, що впливають із законодавства про захист прав споживачів.

Вказується, на рівні ЄС система захисту споживачів в електронних контрактах носить горизонтальний характер. Так, основними Директивами є Директива 2019/770 «Про певні аспекти контрактів на постачання цифрового контенту та цифрових послуг» і Директива 2019/771 «Про певні аспекти договорів про продаж товарів». Разом з ними при укладанні договорів застосовуються Директива 2011/83 «Про права споживачів» (CRD) і нова Директива ЄС «Щодо кращого виконання та модернізації захисту прав споживачів ЄС» (2019/2161/EU). Було встановлено також і загальні правила ЄС щодо захисту споживачів під час використання електронних способів оплати. У січні 2018 року існуюче правове регулювання було замінено на Директиву № 2015/2366 «Про платіжні послуги на внутрішньому ринку» (або PSD 2). PSD 2 запровадив додаткові засоби захисту онлайн і мобільних платежів і посилив вимоги до безпеки, що у свою чергу разом з іншими засобами забезпечило додаткові гарантії прав споживачів під укладення та виконання ними електронних договорів.

Відзначено, судова практика Суду ЄС у сфері захисту прав споживачів також дозволяє стверджувати про постійне посилення уваги до забезпечення більш дієвого захисту прав споживачів, які є сторонами електронних договорів. Серед істотних механізмів гарантування захисту прав споживачів можна відзначити також принцип *durable medium*, який широко застосовується у судовій практиці, та означає можливість використання засобу електронного зв'язку, що вважається прийнятним для надання інформації, оскільки дозволяє клієнту зберігати інформацію, адресовану особисто цьому клієнту у доступний для нього спосіб та протягом періоду часу, достатнього для цілей інформації та який дозволяє незмінне відтворення збереженої інформації.

Директива ЄС «Щодо кращого забезпечення виконання та модернізації захисту прав споживачів ЄС» (2019/2161), що входить до пакету «Нова угода для споживачів» вдосконалює правила для цифрових розробок, такі як прозорість онлайн-ринків, спрямована на гарантування рівних права споживачів на «безкоштовні» цифрові послуги, забезпечення прозорості відгуків споживачів, забезпечення можливості подання претензій щодо зниження цін.

Таким чином, нормативне регулювання та судова практика у сфері захисту прав споживачів ЄС повинна враховуватись під час нормопроектної діяльності в Україні, під час приведення законодавства у відповідність до права ЄС, як одна з пріоритетних галузей гармонізації, і відображаючи та враховуючи зміни у способах укладення угод гарантувати достатні механізми захисту прав споживачів під час укладення електронних договорів.

Ключові слова: електронна комерція, дистанційний договір, продаж товарів, цифрові послуги, комерційна практика.

Prystai R.A., Yavorska I.M. Consumer rights protection in digital contracts within the framework of the European Union.

Having analyzed the mechanisms of consumer rights protection in the field of concluding electronic contracts, it is noted that there is no separate definition of the concept of this type of contract in EU law, instead the concept of a distance contract is used. EU law regarding the conclusion of contracts in electronic form allows the use of various forms of negotiations between the parties, which is the main feature of this type of contract. From this, we came to the conclusion that in the process of protecting the rights of consumers in the field of electronic commerce, it is appropriate to use the general concept of a distance contract and apply to it the norms arising from the legislation on the protection of consumer rights.

It is indicated that at the EU level, the system of consumer protection in electronic contracts is horizontal in nature. Thus, the main Directives are Directive 2019/770 «On certain aspects of contracts for the supply of digital content and digital services» and Directive 2019/771 «On certain aspects of contracts for the sale of goods». Together with them, Directive 2011/83 «On Consumer Rights» (CRD) and the new EU Directive «On Better Implementation and Modernization of EU Consumer Rights Protection» (2019/2161/EU) apply when concluding contracts. General EU rules on consumer protection when using electronic payment methods were also established. In January 2018, the existing legal regulation was replaced by Directive No. 2015/2366 «On Payment Services in the Internal Market» (or PSD 2). PSD 2 introduced additional protections for online and mobile payments and strengthened security requirements, which in turn, along with other measures, provided additional guarantees for consumers' rights to conclude and execute electronic contracts.

It was noted that the judicial practice of the EU Court in the field of consumer rights protection also allows us to assert a constant increase in attention to ensuring more effective protection of the rights of consumers who are parties to electronic contracts. Among the essential mechanisms for guaranteeing the protection of consumer rights, the durable medium principle, which is widely used in judicial practice, means the possibility of using an electronic means of communication that is considered acceptable for providing information, as it allows the client to store information addressed personally to this client in a way accessible to him and for a period of time sufficient for the purposes of the information and which allows the unchanged reproduction of the stored information.

The EU Directive «On Better Enforcement and Modernization of EU Consumer Protection» (2019/2161), part of the «New Deal for Consumers» package, improves the rules for digital developments, such as the transparency of online markets, aimed at guaranteeing equal rights of consumers to «free» digital services, ensuring transparency of consumer feedback, ensuring the possibility of submitting claims for price reductions.

Thus, regulatory regulation and judicial practice in the field of EU consumer rights protection should be taken into account during normative design activities in Ukraine, during bringing legislation into line with EU law, as one of the priority areas of harmonization, and reflecting and taking into account changes in the methods of concluding agreements to guarantee sufficient mechanisms for the protection of consumer rights during the conclusion of electronic contracts.

Key words: electronic commerce, distance contract, sale of goods, digital services, commercial practice.

Постановка проблеми. Використання інформаційних технологій призвело до радикальних змін традиційних способів ведення бізнесу та появи нового виду економічної діяльності – електронної комерції. На платформи онлайн-торгівлі припадає найбільша частка контрактів онлайн-продажу у всьому світі. Так, наприклад, компанія Amazon очолює світовий рейтинг інтернет-магазинів за відвідуваністю, – тільки в червні 2020 року в ній було зареєстровано понад 5,2 мільярди відвідувачів, а на смартфони припало понад 67 відсотків усіх відвідувань роздрібних веб-сайтів.

Оскільки впровадження мобільних пристроїв триває швидкими темпами, особливо в регіонах, де немає іншої цифрової інфраструктури, мобільна інтеграція продовжуватиме визначати досвід покупок у майбутньому, що в свою чергу обумовлює необхідність дослідження правового регулювання в цій

сфері. Особливо популярною мобільна комерція є в країнах Азії, де до 65 відсотків усіх онлайн-транзакцій генерується через мобільний трафік.

Оскільки на початку 2020 року мільйони людей залишилися вдома через поширення COVID-19, подібні канали продажу стали найпопулярнішою альтернативою переповненим магазинам і особистим покупкам. У червні 2020 року глобальний трафік роздрібною електронною комерцією досяг рекордних 22 мільярдів відвідувань на місяць із високим попитом на товари повсякденного попиту, такі як їжа, одяг і роздрібна техніка.

Однак, із розвитком онлайн-торгівлі та укладенням багатьох електронних договорів кількість порушень у цій сфері також зростає. У 2021 році Комітет зі споживчої політики Організації економічного співробітництва та розвитку провів онлайн-опитування споживачів у 13 країнах, щоб оцінити масштаби шкоди споживачам фінансових послуг, що виникли через найсерйозніші проблеми споживачів в сфері електронної комерції. У цьому документі підсумовуються результати опитування, підкреслюючи, що 50% онлайн-споживачів зіткнулися принаймні з однією проблемою в електронній комерції за рік, що передувало опитуванню, і що отримана шкода є значною, досягаючи (після відшкодування) до 3,1% від загального розміру ринку електронної комерції в деяких країнах [1].

Аналіз наукових публікацій. Таким чином, враховуючи чутливий статус споживачів під час укладення електронних договорів, виникає необхідність дослідження механізмів захисту їх прав та інтересів. З метою приведення законодавства України у відповідність до права Європейського Союзу у сфері захисту прав споживачів при укладенні електронних договорів, виникає необхідність дослідження механізмів їх захисту. В рамках ЄС аналіз цієї теми здійснювали проф. Р. Бредгейт [2], проф. Ж. Сартор [3], Р. Бранусворд, А. Франческі, А. Леманн, міждержавна група експертів із захисту прав споживачів в межах ЮНКТАД [4] та інші. В цій статті досліджується поняття електронного договору, правові засади та механізми захисту прав споживачів, зокрема, здійснено аналіз судової практики в сфері електронної комерції в ЄС, яка відіграє істотну роль у забезпеченні захисту прав споживачів, їх персональних даних під час укладення контрактів [5].

Виклад матеріалу дослідження.

Поняття електронного договору. Відповідно до Директиви №2019/771 «Про певні аспекти договорів купівлі-продажу товарів» [6], під договором купівлі-продажу розуміють будь-який договір, згідно з яким продавець передає або зобов'язується передати право власності на товар споживачеві, а споживач сплачує або зобов'язується сплатити його ціну.

Згідно з Директивою № 2011/83 «Про права споживачів» [7], яка вносить зміни до Директиви 93/13 «Про несправедливі умови споживчих договорів» [8] та Директиви 1999/44 «Про деякі аспекти продажу споживчих товарів і надані гарантії» [9], під визначення дистанційного контракту підпадають усі випадки, коли договір укладається між продавцем і споживачем за схемою організованих дистанційних продажів або надання послуг, з винятковим використанням одного або кількох засобів дистанційного зв'язку (таких як пошта, Інтернет, телефон або факс) включно з моментом укладення договору. При цьому, концепція дистанційного договору не повинна включати бронювання, зроблені споживачем за допомогою засобів дистанційного зв'язку для резервування надання послуг (наприклад, у випадку, коли споживач телефонує з метою запису на прийом до особи, яка надає певний вид послуг) [10].

Поняття організованих дистанційних продажів або схем надання послуг має включати ті способи, що пропонуються третьою стороною крім продавця, але використовуються продавцем, наприклад, онлайн-платформи. Однак це не повинно охоплювати випадки, коли веб-сайти містять лише інформацію про продавця, його товари та/або послуги та його контактні дані.

Таким чином, «дистанційний договір» означає будь-який договір, укладений між продавцем і споживачем за організованою дистанційною схемою продажу чи надання послуг без одночасної фізичної присутності продавця та споживача, з винятковим використанням одного або кількох засобів дистанційного зв'язку, а також комунікацію до моменту укладення договору включно. Це ж визначення можна застосувати до цифрового контракту.

Джерела захисту прав споживачів в електронній комерції в рамках ЄС. Для вирішення проблем, пов'язаних з укладенням електронних договорів і, відповідно, купівлею товарів, цифрових послуг і контенту, у 2015 році Європейська комісія запропонувала Директиву «Про укладення контрактів на постачання цифрового контенту та цифрових послуг» і Директиву «Про договори купівлі-продажу товарів». Обидві директиви були прийняті 20 травня 2019 року, і країни-члени повинні були імплементувати їх у національне законодавство до 1 липня 2021 року. Також, 1 січня 2022 року набула

чинності Директива 2019/770 «Про деякі аспекти контрактів на постачання цифрового контенту та цифрових послуг» [11] і Директива 2019/771 «Про деякі аспекти договорів про продаж товарів» [12] (DCD та SGD).

Враховуючи те, що у праві держав-членів ЄС існують відмінності, які стримують підприємства і споживачів від продажу та покупки товарів за кордоном, про них також необхідно зазначити. Відмінності стосуються можливостей захисту споживачів, які виникають внаслідок придбання, та, відповідно, одержання товарів з дефектами. Як наслідок, підприємствам доводиться витратити час і гроші, щоб дослідити законодавство інших держав про споживчі договори під час транскордонних продажів і відповідно адаптувати свої контракти. Згідно з новими директивами, товари повинні відповідати як тому, що узгоджено, так і тому, що споживач міг розумно очікувати. У разі невідповідності, однакові засоби правового захисту застосовуватимуться на території всього ЄС. В результаті не буде різниці, придбано продукт онлайн чи ні, права та обов'язки сторін будуть однаковими для всіх. Крім того, Директива про права споживачів 2011/83 (CRD) має на меті гарантувати, що споживачі мають однаковий мінімальний рівень прав незалежно від того, де знаходиться місцезнаходження продавця в ЄС.

Згідно з Директивою ЄС «Про недобросовісну комерційну практику» (2005/29), покупці повинні мати достатньо точної інформації про товар, щоб прийняти обґрунтоване рішення (тобто рішення, засноване на фактах). Продавці не повинні використовувати нечесні, оманливі або агресивні методи торгівлі. Директива набула чинності у 2005 році і є чинною станом на сьогодні.

Існують правила, згідно з якими ціна продажу та ціна за одиницю виміру (ціна за одиницю) повинні бути чітко вказані щодо усіх товарів. Споживач повинен чітко бачити ціну продажу та мати можливість порівнювати ціни. Правила відповідають Директиві ЄС «Про захист прав споживачів у зазначенні цін на продукти, що пропонуються споживачам» (98/6) [13].

Існують також і загальні правила ЄС щодо захисту споживачів під час використання електронних способів оплати. У січні 2018 року існуюче правове регулювання було замінено на Директиву №2015/2366 «Про платіжні послуги на внутрішньому ринку» (або PSD 2) [14]. PSD 2 запровадив додаткові засоби захисту онлайн і мобільних платежів і посилив вимоги до безпеки. Стосовно купівлі товарів онлайн з іншої країни ЄС, – більшість великих інтернет-магазинів, які здійснюють доставку в межах ЄС, застосовуватимуть правило ПДВ місця призначення. Якщо компанія постачає товари на певну вартість у конкретну державу, то до такої компанії повинні застосовуватись ПДВ тої держави, куди поставляються товари – ПДВ місця призначення (Директива (ЄС) 2006/112 ЄС (ПДВ)) [15].

У 2019 році була прийнята також нова Директива ЄС «Щодо кращого забезпечення виконання та модернізації захисту прав споживачів ЄС» (2019/2161) [16]. Держави-члени повинні були до 28 листопада 2021 року ввести Директиву в національне законодавство. Директива входить до законодавчого пакету «Нова угода для споживачів». Нові правила модернізують правила для цифрових розробок, такі як прозорість онлайн-ринків, рівні права споживачів на «безкоштовні» цифрові послуги, прозорість відгуків споживачів, персоналізоване ціноутворення, заборона перепродажу квитків на події, куплені через ботів, забезпечення можливості подання претензій щодо зниження цін.

Судова практика в контексті захисту споживачів при укладенні електронних договорів. Згідно з Рішенням від 5 липня 2012 року [17], компанія Content Services керувала дочірньою компанією в Мангеймі (Німеччина) і пропонувала різноманітні онлайн-послуги на своєму веб-сайті, налаштованому німецькою мовою, а також доступному в Австрії. На цьому сайті можна було, серед іншого, завантажити безкоштовне програмне забезпечення або пробні версії програмного забезпечення, за які стягується плата. Перш ніж розміщувати замовлення, користувачі Інтернету повинні були заповнити реєстраційну форму та поставити відмітку у формі, підтверджуючи, що вони приймають загальні положення та умови продажу та відмовляються від права відмови. Ця інформація не була показана безпосередньо користувачам Інтернету, але вони могли її переглянути, натиснувши посилання на сторінці підписання контракту. Укладення договору було неможливим, якщо відмітка не була поставлена. Потім відповідний користувач Інтернету отримував електронний лист від Content Services, який не містив жодної інформації про право відмови, але, як і раніше, містив посилання для перегляду інформації. Oberlandesgericht Wien (Вищий регіональний суд, Відень, Австрія) передав питання до Суду ЄС для попереднього рішення щодо тлумачення статті 5(1) Директиви 97/7/ЄС. Ним було поставлено питання, чи ділова практика, яка полягає в тому, що інформація, згадана в цьому положенні, була доступна для споживача лише через гіперпосилання на веб-сайті відповідного підприємства, відповідає вимогам цього положення. На думку Суду, статтю 5(1) Директиви 97/7/ЄС слід тлумачити як таку, що така ділова практика не відповідає вимогам цього положення, оскільки інформація не була ні «нада-

на» цією компанією, ні «отримана» споживачем, і веб-сайт не може розглядатися як «тривалий носій» (durable medium).

Справа стосовно Air Berlin. Згідно з рішенням Air Berlin від 6 липня 2017 року [18], німецька авіакомпанія Air Berlin ввела до своїх загальних умов продажу умову, згідно з якою, якщо пасажир скасовує бронювання рейсу за економ-тарифом або після бронювання не бере квиток на рейс, з нього буде стягнуто плату за обробку замовлення у розмірі 25 євро із суми, яку йому потрібно відшкодувати. Bundesverband der Verbraucherzentralen (Німецький федеральний союз споживчих організацій) стверджував, що цей термін є недійсним згідно з німецьким законодавством, оскільки він ставив споживачів у невідгідне становище. Крім того, Air Berlin не може стягувати жодних окремих зборів за виконання юридичного зобов'язання. Тому Bundesverband подав позов до німецьких судів, вимагаючи судової заборони проти Air Berlin.

У тому ж позові Bundesverband оскаржив практику Air Berlin щодо відображення цін на веб-сайті. Під час симуляції онлайн-бронювання в 2010 році Bundesverband виявив, що вказані податки та збори були набагато нижчими від тих, які насправді стягують відповідні аеропорти. Bundesverband стверджував, що така практика може ввести споживачів в оману та суперечить правилам прозорості цін, передбачених правом ЄС щодо авіаперевезень. Bundesgerichtshof (Федеральний суд, Німеччина) запитав Суд, по-перше, чи слід тлумачити Регламент (ЄС) № 1008/2008 так, що під час публікації своїх авіаквитків авіаперевізники повинні вказувати фактичну суму зборів і, отже, не можуть частково включати їх у свої авіаквитки, і, по-друге, чи це положення перешкоджає застосуванню національного закону про загальні положення та умови продажу, який базується на праві ЄС, згідно з яким окремі збір за обробку не може бути накладатися на клієнтів, які не здійснили рейс або скасували своє бронювання.

Суд відповів, що третє речення статті 23(1) Регламенту № 1008/2008 повинно тлумачитися як таке, яке передбачає, що, публікуючи свої тарифи на авіаквитки, авіаперевізники повинні окремо вказувати суми, які клієнти повинні сплатити щодо податків, аеропортові збори та інші збори, додаткові збори або збори, згадані в цьому регламенті. Крім того, вони можуть, як наслідок, не включити ці пункти, навіть частково, у вартість авіаквитка.

Стаття 23(1) Регламенту № 1008/2008 спрямована на забезпечення, зокрема, наявності інформації та прозорості щодо цін на авіапослуги аеропорту, розташованого в державі-члені, і, відповідно, сприяння захисту споживачів, які користуються цими послугами. Суд встановив, що загальні правила захисту споживачів від несправедливих умов також застосовуються до договорів повітряного перевезення.

Таким чином, Регламент № 2409/92, скасований Регламентом № 1008/2008, постановив у своєму п'ятому пункті, що доцільно «доповнити цінову свободу адекватними гарантіями для інтересів споживачів і промисловості».

Також цікавою є судова практика у наступних справах: Рішення від 25 січня 2017 року, BAWAG (C-375/15, EU:C:2017:38); Рішення від 28 липня 2016 року, Verein für Konsumenteninformation (C-191/15, ЄС) :C:2016:612); Рішення від 7 грудня 2010 (Велика палата), Pammer and Alpenhof (C-585/08 і C-144/09, EU:C:2010:740); Рішення від 6 вересня 2012, Mühlleitner (C-190/11, EU:C:2012:542); Рішення від 21 травня 2015 року, El Madjoub (C-322/14, EU:C:2015:334).

Висновки. Проаналізувавши механізми захисту прав споживачів в сфері укладення електронних договорів, можемо зазначити, що у праві ЄС окремого визначення поняття даного виду договору немає, натомість використовується поняття дистанційного договору. Право ЄС щодо укладення договорів в електронній формі допускає використання різних форм переговорів сторін, що є основною ознакою цього виду договорів. З цього можна дійти висновку, що в процесі захисту прав споживачів в сфері електронної комерції доцільним є використання загального поняття дистанційного договору та застосування до нього норм, що випливають із законодавства про захист прав споживачів.

На рівні ЄС система захисту споживачів в електронних контрактах носить горизонтальний характер. Так, основними Директивами є Директива 2019/770 «Про певні аспекти контрактів на постачання цифрового контенту та цифрових послуг» і Директива 2019/771 «Про певні аспекти договорів про продаж товарів». Разом з ними при укладанні договорів застосовуються Директива 2011/83 «Про права споживачів» (CRD) і нова Директива ЄС «Щодо кращого виконання та модернізації захисту прав споживачів ЄС» (2019/2161/EU). Як зазначалося, було встановлено також і загальні правила ЄС щодо захисту споживачів під час використання електронних способів оплати. У січні 2018 року існуюче правове регулювання було замінено на Директиву № 2015/2366 «Про платіжні послуги на внутріш-

ньому ринку» (або PSD 2). PSD 2 запровадив додаткові засоби захисту онлайн і мобільних платежів і посилив вимоги до безпеки, що у свою чергу разом з іншими засобами забезпечило додаткові гарантії прав споживачів під укладення та виконання ними електронних договорів.

Судова практика Суду ЄС у сфері захисту прав споживачів також дозволяє стверджувати про постійне посилення уваги до забезпечення більш дієвого захисту прав споживачів, які є сторонами електронних договорів. Серед істотних механізмів гарантування захисту прав споживачів можна відзначити також принцип *durable medium*, які широко застосовується у судовій практиці, та означає можливість використання засобу електронного зв'язку, що вважається прийнятним для надання інформації, оскільки дозволяє клієнту зберігати інформацію, адресовану особисто цьому клієнту у доступний для нього спосіб та протягом періоду часу, достатнього для цілей інформації та який дозволяє незмінне відтворення збереженої інформації.

Директива ЄС «Щодо кращого забезпечення виконання та модернізації захисту прав споживачів ЄС» (2019/2161), що входить до пакету «Нова угода для споживачів» вдосконалює правила для цифрових розробок, такі як прозорість онлайн-ринків, спрямована на гарантування рівних права споживачів на «безкоштовні» цифрові послуги, забезпечення прозорості відгуків споживачів, забезпечення можливості подання претензій щодо зниження цін.

Таким чином, нормативне регулювання та судова практика у сфері захисту прав споживачів ЄС повинна враховуватись під час нормопроектної діяльності в Україні, під час приведення законодавства у відповідність до права ЄС, як одна з пріоритетних галузей гармонізації, і відображаючи та враховуючи зміни у способах укладення угод гарантувати достатні механізми захисту прав споживачів під час укладення електронних договорів.

Список використаних джерел:

1. Бібліотека організації економічного співробітництва та розвитку: OECD publishing: “Measuring consumer detriment in e-commerce”, OECD digital economy papers, July 2022, № 326. Режим доступу: https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/measuring-financial-consumer-detriment-in-e-commerce_4055c40e-en.
2. Бредгейт Р.А research report prepared for the UK Department for Business, Innovation and Skills. Institute for Commercial Law Studies, University of Sheffield, 2010.
3. Сартор Ж. New aspects and challenges in consumer protection. Study, requested by the IMCO committee. April, 2020. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/648790/IPOL_STU\(2020\)648790_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/648790/IPOL_STU(2020)648790_EN.pdf).
4. Міжурядова група експертів із захисту прав споживачів, United Nations Conference on Trade and Development: Second session Geneva, 3–4 July 2017, Item 3 (e) of the provisional agenda. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/cicplpd7_en.pdf.
5. Ігуна Яворська, Іван Братсук. Практика Суду Європейського Союзу щодо принципів захисту персональних даних в Європейському Союзі. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». 2019. с. 192–198.
6. ДИРЕКТИВА ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПАРЛАМЕНТУ І РАДИ (ЄС) 2019/771 від 20 травня 2019 року про деякі аспекти, що стосуються договорів про продаж товарів, про внесення змін до Регламенту (ЄС) 2017/2394 і Директиви 2009/22/ЄС та про скасування Директиви 1999/44/ЄС. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_026-19#Text.
7. ДИРЕКТИВА ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПАРЛАМЕНТУ І РАДИ 2011/83/ЄС від 25 жовтня 2011 року про права споживачів, про внесення змін до Директиви Ради 93/13/ЄЕС та Директиви Європейського Парламенту і Ради 1999/44/ЄС, а також про скасування Директиви Ради 85/577/ЄЕС і Директиви Європейського Парламенту і Ради 97/7/ЄС. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_023-11#Text.
8. Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts.
9. 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.
10. 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.

11. 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.
12. 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.
13. 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.
14. Directive (EU) 2015/2366 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015 on payment services in the internal market.
15. Council Directive 2006/112/EC of 28 November 2006 on the common system of value added tax.
16. Directive (EU) 2019/2161 of the European Parliament and of the Council of 27 November 2019.
17. Judgment of 5 July 2012, Content Services (C-49/11, EU:C:2012:419).
18. Judgment of 6 July 2017, Air Berlin (C-290/16, EU:C:2017:523).