



Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

**ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ
ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ:
НАЦІОНАЛЬНИЙ, ЄВРОПЕЙСЬКИЙ,
ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИЙ ВИМІРИ**

Матеріали

науково-практичного круглого столу

(м. Суми, 26 січня 2024 року)

Суми
Сумський державний університет
2024

СКЛАД ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ:

Крупчан О. Д., доктор юридичних наук, професор, академік НАПрН України, директор Інституту приватного права і підприємництва імені академіка Ф. Г. Бурчака НАПрН України;

Попович Т. Г., кандидат юридичних наук, старший дослідник, учений секретар НДІ приватного права і підприємництва імені академіка Ф. Г. Бурчака НАПрН України;

Руденко Л. Д., кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри адміністративного, господарського права та фінансово-економічної безпеки СумДУ;

Плотнікова М. В., кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри міжнародного, європейського права та порівняльного правознавства СумДУ;

Швагер О. А., кандидат юридичних наук, асистент кафедри міжнародного, європейського права та порівняльного правознавства СумДУ

*Рекомендовано до видання
рішенням вченої ради
Навчально-наукового інституту права СумДУ
(протокол № 5 від 23.01.2024 року)*

Правове регулювання фінансових послуг: національний, європейський, глобалізаційний виміри : матеріали науково-практичного круглого столу (м. Суми, 26 січня 2024 р.). – Суми : Сумський державний університет, 2024. – 105 с.

До збірника ввійшли тези доповідей та повідомлення викладачів, студентів, учених та аспірантів ЗВО і наукових установ, які брали участь у науково-практичному круглому столі «Правове регулювання фінансових послуг: національний, європейський, глобалізаційний виміри», присвяченому актуальним питанням правового регулювання ринків фінансових послуг в Україні та Європейському Союзі.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУПНЕ СЛОВО.....	6
<i>Bazylieva V.</i> FOREIGN EXPERIENCE IN PROTECTING THE CONSUMERS' RIGHTS OF FINANCIAL SERVICES.....	8
<i>Bila A. V.</i> SOME IMPLEMENTATION ASPECTS OF INTERNATIONAL STANDARDS REGULATING THE FINANCIAL SERVICES MARKET IN UKRAINE.....	13
<i>Shcherban Elena</i> SOME IMPLEMENTATION ASPECTS OF INTERNATIONAL STANDARDS REGULATING THE FINANCIAL SERVICES MARKET IN UKRAINE.....	13
<i>Гуцалюк О. М., Бондар Ю. А.</i> РОЗВИТОК РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	16
<i>Даценко О. І.</i> РОЛЬ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ У ЗАХИСТІ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ.....	20
<i>Дерев'янко Б. В.</i> ПРО ПОСИЛЕННЯ КОНТРОЛЮ ДОТРИМАННЯ ПІДСТАВ НАДАННЯ ОКРЕМИХ ФІНАНСОВИХ ВИПЛАТ.....	23
<i>Дмитренко Е. С.</i> АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ АДАПТАЦІЇ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ФІНАНСОВУ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ НАДАВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ У ЗВ'ЯЗКУ ІЗ НАБУТТЯМ УКРАЇНОЮ СТАТУСУ КАНДИДАТА НА ЧЛЕНСТВО У ЄС.....	27
<i>Ільченко М. Г.</i> АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ФІНАНСОВО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ КРИПТОВАЛЮТИ У ЗВ'ЯЗКУ ІЗ НАБУТТЯМ УКРАЇНОЮ СТАТУСУ КАНДИДАТА НА ЧЛЕНСТВО У ЄС.....	31

<i>Клименко К. В., Ухналь Н. М.</i> ІНСТИТУТ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ.....	36
<i>Корнева Т. В., Сірочук І. В.</i> ФОРМУВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	40
<i>Кузмін А. Р.</i> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ СПІВПРАЦІ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ БАНКОМ РЕКОНСТРУКЦІЇ ТА РОЗВИТКУ.....	45
<i>Маланчук Т. В.</i> НОВІ ПРАВИЛА ЄС ЩОДО ЗАХИСТУ ПРАВ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ СПОЖИВЧИХ КРЕДИТІВ.....	48
<i>Плотнікова М. В.</i> ВИМОГИ ДО РЕКЛАМИ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ ЯК СКЛАДОВА ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ У ЄС.....	51
<i>Пожидаєва М. А.</i> ДЕЯКІ ПРОБЛЕМИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ АКТИВ ПРАВА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ У СФЕРІ ПЛАТІЖНИХ ПОСЛУГ У ЗАКОНОДАВСТВО УКРАЇНИ: ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ.....	55
<i>Руденко Л. Д.</i> ДО ПИТАННЯ ПРО ЗАКОННІСТЬ КОМІСІЇ ЗА ОБСЛУГОВУВАННЯ КРЕДИТУ ЯК УМОВИ ДОГОВОРУ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ.....	61
<i>Рудой В. М.</i> ПОСИЛЕННЯ НАГЛЯДУ ЗА НЕБАНКІВСЬКИМИ ФІНАНСОВИМИ УСТАНОВАМИ В УКРАЇНІ.....	64
<i>Рудой В., Лисенко І.</i> НОВАЦІЇ КОНТРОЛЮ ЗА ЗАХИСТОМ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ.....	68

<i>Світличний Д. С.</i> ПРО РОЗВИТОК ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ У СФЕРІ ТРАНСПОРТУ.....	71
<i>Устинова І. П.</i> СВДС ЯК ВИД ФІНАНСОВОГО МОНИТОРИНГУ.....	76
<i>Ушинкіна О. А.</i> ДЕРЖАВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБІГУ ВІРТУАЛЬНИХ АКТИВІВ В УКРАЇНІ: АДАПТАЦІЯ ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ.....	80
<i>Цветков А. М.</i> ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ.....	84
<i>Цукан С. В.</i> ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВИЙ АНАЛІЗ ЄВРОПЕЙСЬКОГО РЕГЛАМЕНТУ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКІВ КРИПТОАКТИВІВ (MICA).....	89
<i>Швагер О. А.</i> ПОРЯДОК ІНФОРМУВАННЯ УЧАСНИКІВ ПЕНСІЙНИХ СХЕМ УСТАНОВАМИ ПРОФЕСІЙНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У ВІДПОВІДНОСТІ ДО ВИМОГ ЗАКОНОДАВСТВА ЄС.....	92
<i>Курса С.</i> ПРАКТИКА СУДУ ЄС У СФЕРІ РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ.....	96
<i>Кучер О.</i> ФОРМУВАННЯ ВИМОГ ДО ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИКІВ ТА ЇЇХ ВПЛИВ НА СИСТЕМУ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ: ДОСВІД ЄС.....	101

ВИМОГИ ДО РЕКЛАМИ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ ЯК СКЛADOVA ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ У ЄС

Плотнікова М. В.

*к.ю.н., доцент кафедри міжнародного, європейського права
та порівняльного правознавства
ННІ права Сумського державного університету*

Заходи, що забезпечують захист прав споживачів фінансових послуг полягають не лише у тому щоб відновити порушене право, але й спрямовані на недопущення ситуації, у якій фінансова установа може скористатися необізнаністю споживача. Саме тому на фінансові установи покладається обов'язок розкрити певний обсяг інформації, щоб споживач ухвалив зважене рішення про укладання договору, а його умови не призводили до погіршення фінансового становища споживача [1]. Слід відмітити, що впливає на рішення споживача укладати чи ні договір про надання фінансових послуг й вдала їх реклама. Слушним є зауваження, що фінансові установи для підвищення результативності реклами своїх послуг, застосовують спеціальні маркетингові методи впливу на споживача. Це може проявлятися, зокрема, у замовчуванні чи некоректному відображенні умов кредитного договору, що у результаті буде створювати хибне уявлення у споживача про ці фінансові послуги [2]. Саме тому європейське законодавство встановлює вимоги до змісту реклами фінансових послуг. Додержання цих вимог щодо змісту рекламної інформації є їх обов'язком фінансових установ, який дозволяє попередити введення в оману споживачів та сприяє усвідомленому ставленню до одержання фінансових послуг [3].

Загальні положення, що встановлюють вимоги до реклами послуг містяться у низці директив. Так, Директива 2000/31/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 8 червня 2000 року про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема електронної ко-

мерції на внутрішньому ринку встановлює стандартні правила в ЄС щодо різних питань, пов'язаних з електронною комерцією, зокрема містить вимогу, щоб комерційні повідомлення яке є частиною послуги інформаційного суспільства чітко ідентифікувалося як комерційне, у ньому можна було б чітко визначити особу, від імені якої це повідомлення надається, рекламні пропозиції мають бути чітко ідентифіковані як такі, а умови для одержання знижок чи премій бути легкодоступними та викладеними чітко і недвозначно [4].

Директива 2006/114/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 12 грудня 2006 року щодо введення в оману та порівняльної реклами спрямована на захист трейдерів від оманливої реклами від інших компаній. З цією метою у ній визначаються умови, за яких дозволена порівняльна реклама, визначається поняття оманливої реклами; обов'язок держав передбачити можливість подання позову особами чи організаціями, які мають законний інтерес, або адміністративну скаргу проти незаконної реклами; а також повноваження судів або адміністративних органів країн ЄС вимагати вилучення незаконної реклами, навіть за відсутності доказів фактичних збитків, шкоди або наміру недбалості; або заборонити незаконну рекламу, яка ще не була опублікована [5].

У Директиві 2008/122/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 14 січня 2009 р. про захист споживачів стосовно різних аспектів, пов'язаних з тимчасовим правом власності, довгостроковими канікулярними продуктами, договорами перепродажу та обміну були оновлені та уточнені правила захисту споживачів, зокрема були встановлені правила щодо реклами, переддоговірної та договірної інформації, право відмови та заборону авансових платежів впродовж періоду відмови [6].

Безпосередньо гармонізації вимог до реклами кредитних послуг присвячені положення Директиви 2008/48/ЄС щодо кредитних договорів для споживачів. Так, у статті 4 Директиви передбачено, що будь-яка реклама щодо кредитних договорів, яка вказує процентну ставку або будь-які цифри, що стосуються вартості кредиту для споживача, повинна включати стандартну інформацію. У стандартній інформації чітко, стисло та наочно за допомогою репрезентативного прикладу необхідно зазначити: 1) ставку заповзичення, фіксовану або змінну, або обидві, разом із подробицями будь-яких витрат, включених до загальної вартості кредиту для споживача; 2) загальну суму кредиту; 3) річну процентну ставку

нарахування, а у разі укладання кредитного договору у формі овердрафту держави-члени можуть вирішити, що не потрібно надавати річну процентну ставку нарахування; 4) якщо це можливо, тривалість дії кредитного договору; 5) у випадку кредиту у формі відстрочки платежу за конкретний товар чи послугу – готівкова ціна та сума будь-якого авансового платежу; 6) якщо застосовно, загальну суму, яку сплачує споживач, та суму розстрочки [7].

У статті 11 Директиви 2014/17/ЄС щодо кредитних договорів для споживачів, пов'язаних з житловою нерухомістю передбачено обсяг інформації, яку слід включати у рекламу про цей вид кредитних угод. Будь-яка реклама кредитних угод, у якій зазначається процентна ставка або будь-які цифри, що стосуються вартості кредиту для споживача, повинна включати стандартну інформацію, а саме: а) особу кредитора, кредитного посередника чи призначеного представника; б) якщо застосовно, що кредитна угода буде забезпечена іпотекою або іншим подібним забезпеченням; в) ставку позики із зазначенням її виду (фіксована, змінна чи змішана), разом із відомостями про будь-які комісії, включені до загальної вартості кредиту для споживача; г) загальну суму кредиту; г') розрахунок річної процентної ставки, який має бути включено в рекламу принаймні так само помітно, як будь-яка процентна ставка; д) якщо застосовно, тривалість кредитної угоди; е) якщо застосовно, суму платежів; є) якщо застосовно, загальну суму, яку повинен сплатити споживач; ж) якщо застосовно, кількість платежів; з) у відповідних випадках попередження про те, що можливі коливання обмінного курсу можуть вплинути на суму, яку повинен сплатити споживач [8].

У статті 156 Директиви 2009/138/ЄС про започаткування та ведення діяльності зі страхування та перестраховування (Solvency II) правила щодо реклами відсилають до законодавства держав-членів. Так, страхові компанії з головними офісами в державах-членах можуть рекламувати свої послуги за допомогою всіх доступних засобів комунікації в приймаючій державі-члені за умови дотримання правил, що регулюють форму та зміст такої реклами, прийнятих в інтересах загального блага [9].

Підсумовуючи можна зазначити, що отримання правильної й повної інформації про фінансові послуги є однією з важливих передумов для захисту прав споживачів, тому реклама таких послуг повинна бути чесною та прозорою, зокрема, ясно відображати

умови надання послуг, щоб уникнути будь-яких непорозумінь та помилкових сподівань серед споживачів. Попереджаючи про можливі ризики та обмеження, реклама фінансових послуг дозволяє споживачам усвідомлено вибирати постачальників послуг. Європейське законодавство встановлює стандарти для такої реклами, гармонізуючи вимоги та забезпечуючи споживачам доступ до точної та об'єктивної інформації, необхідної для ухвалення поінформованих рішень щодо фінансових послуг.

Література:

1. Мирославський С. В. Переддоговірне розкриття інформації банківською установою як умова захисту прав споживачів. *Законодавство України про фінансові послуги: питання адаптації до права Європейського Союзу*: матер. науково-практичного круглого столу (Суми, 15 січня 2021 р.). Суми : СумДУ, 2021. С. 64–67.

2. Гресь Н. М. Захист прав споживачів від неналежної реклами у сфері фінансових послуг. *Законодавство України про фінансові послуги: питання адаптації до права Європейського Союзу* : матер. науково-практичного круглого столу (Суми, 15 січня 2021 р.). Суми: СумДУ, 2021. С. 40.

3. Плотнікова М. В., Руденко Л. Д., Швагер О. А. Європейські стандарти захисту прав споживачів фінансових послуг : навчальний посібник. Суми: СумДУ, 2023. С. 248–249.

4. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce'). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32000L0031>.

5. Directive 2006/114/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 concerning misleading and comparative advertising (codified version) (Text with EEA relevance). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32006L0114&qid=1707848344504>.

6. Directive 2008/122/EC of the European Parliament and of the Council of 14 January 2009 on the protection of consumers in respect of certain aspects of timeshare, long-term holiday product, resale and exchange contracts (Text with EEA relevance). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32008L0122&qid=1707848768923>.

7. Directive 2008/48/EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2008 on credit agreements for consumers and

repealing Council Directive 87/102/EEC/ URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32008L0048&qid=1707848555119>.

8. Consolidated text: Directive 2014/17/EU of the European Parliament and of the Council of 4 February 2014 on credit agreements for consumers relating to residential immovable property and amending Directives 2008/48/EC and 2013/36/EU and Regulation (EU) No 1093/2010 (Text with EEA relevance). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02014L0017-20180101&qid=1685202944339>.

9. Directive 2009/138/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 on the taking-up and pursuit of the business of Insurance and Reinsurance (Solvency II) (recast) (Text with EEA relevance)/ URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32009L0138&qid=1707849031996>.