

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародного, цивільного та комерційного права

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ПРАВОВИЙ СТАТУС СПОЖИВАЧА ЗА ЗАКОНОДАВСТВОМ УКРАЇНИ

Студента 2 курсу, 6 м групи,
спеціальності 081 «Право»
спеціалізації «Цивільне право
і процес»

Гусєва Артема
Ігоровича

Науковий керівник
к.ю.н, доц.

Микитенко Людмила
Андріївна

Гарант освітньої програми
д.ю.н.

Примаєк Володимир
Дмитрович

Київ-2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ПРАВОВИЙ СТАТУС СПОЖИВАЧА ЗА ПРАВОМ УКРАЇНИ ТА ЄС	
1.1. Споживач як учасник цивільних відносин за законодавством України	6
1.2. Правовий статус споживача за законодавством ЄС.....	14
РОЗДІЛ 2. ПРАВО СПОЖИВАЧА ЯК ЕЛЕМЕНТ ЙОГО ПРАВОВОГО СТАТУСУ	
2.1. Базові права споживачів та механізм їх реалізації.....	23
2.2. Дифузні права споживача.....	27
2.3. Основні гарантії і механізми захисту прав споживачів під час придбання продукції через мережу Інтернет.....	36
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Серед пріоритетних напрямів діяльності, спрямованих на досягнення головних цілей ЄС, у статті 3 Договору про заснування Європейської Спільноти [21] наголошується на необхідності посилення захисту прав споживачів, а стаття 38 Хартії основних прав ЄС [28] вимагає при здійсненні будь-якої політики ЄС включати підвищений рівень захисту прав споживачів. Тобто підкреслюється, що забезпечений в ЄС високий рівень захисту прав споживачів не є сталою константою, а має постійно підвищуватись та посилюватись.

На даному етапі розвитку ЄС споживча політика розглядається як важливий внесок у формування Стратегії "Європа 2020". Головна мета Стратегії "Європа 2020" як європейської споживчої програми – підвищення довіри та зростання: важливий акцент робиться на стимулюванні споживчого попиту та його важливої ролі у подоланні кризових явищ і подальшому зростанні економіки ЄС [61]. На споживчому ринку відбуваються суттєві зміни. З появою цифрових технологій у споживачів значно зросли можливості вибору при здійсненні покупок через Інтернет, і постає необхідність підвищення споживчої довіри до транскордонних покупок в Інтернеті шляхом прийняття відповідних рішень щодо захисту прав споживачів. Наділені правами та впевнені споживачі здатні впливати на подальший розвиток європейської економіки.

Захист прав споживачів – це політичний пріоритет кожної держави з розвинутою ринковою економікою, в тому числі й України. Згідно даних Європейської Комісії 57% внутрішнього валового продукту Європейського Союзу складається з надходжень від споживчих витрат. Саме тому Європейський Союз розуміє, що збільшення активності споживачів на внутрішньому ринку позитивно впливає на економічний ріст внутрішнього валового ринку, а тому споживач є дуже важливим членом фінансових відносин у даній сфері. Тому співпрацею України та Європейського Союзу у захисті прав

споживачів досягатимуть економічні цілі як нашої держави, так і самої асоціації.

Проблематика правовідносин у сфері захисту прав споживачів розглядалася у дослідженнях: І. Дудли [43], Л. Іваненко [46], С. Косінова [47], Г. Осетинської [51], О. Письменної [52, 53, 54], О. Черняк [59], О. Старицької [57].

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є комплексний аналіз проблем правового регулювання захисту прав споживачів за законодавством України та Європейського Союзу.

Досягнення даної мети потребує вирішення наступних завдань:

- обґрунтувати поняття правового статусу споживача за національним законодавством та законодавством Європейського Союзу;
- визначити поняття та структурні елементи правосуб'єктності споживача за законодавством України та Європейського Союзу;
- розглянути базові права споживача;
- проаналізувати дифузні права споживача за законодавством України та Європейського Союзу;
- дослідити механізми захисту споживача при придбанні продукції через мережу Інтернет.

Об'єктом дослідження випускної кваліфікаційної роботи є суспільні відносини, складаються які виникають між споживачем та суб'єктом господарської діяльності.

Предметом дослідження є правовий статус споживача за законодавством України.

Методи дослідження. У випускній кваліфікаційній роботі використані загальнонаукові та спеціальні методи пізнання правових явищ. Головне застосування отримали системно-структурний, діалектичний, порівняльно-правовий та історичний методи. Історичний метод застосовувався при дослідженні розвитку українського законодавства у сфері захисту споживачів, етапів його законотворчості та при дослідженні Директив та нормативних актів

Європейського Союзу, які діють на даний час, та які вже втратили чинність. Порівняльним методом було досліджено правові підходи до вирішення законодавчих проблем у національному та європейському законодавстві. За допомогою формально-логічного методу був проведений аналіз норм чинного законодавства (синтез, аналіз, узагальнення, аналогія, дедукція, індукція), це дало змогу виявити недоліки у сучасній правовій системі України.

Наукова новизна випускної кваліфікаційної роботи полягає у ґрунтовному аналізі системи захисту споживчих прав України у порівнянні з законодавством Європейського Союзу, важливими також окреслення правових проблем забезпечення прав споживачів при укладанні угод через Інтернет магазини, а також у зв'язку з нещодавніми змінами та доповненнями в цій сфері. Наукова новизна дослідження викладена у науково-теоретичних положеннях, висновках та пропозиціях.

Окремі положення випускної кваліфікаційної роботи викладено у статті «Споживач як учасник цивільних відносин за законодавством України та Європейського Союзу», що опублікована у збірнику наукових статей «Цивільне та комерційне право : виклики сьогодення». К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. С. 62–68.

Практичне значення дослідження випускної кваліфікаційної роботи полягає у тому, що модель удосконалення національного та європейського законодавства та норм Угоди про асоціацію України та ЄС у сфері захисту прав споживачів може бути використана на практиці у процесі законотворчої діяльності.

Структура магістерської роботи складається зі вступу, двох розділів, які включають п'ять підрозділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел. Повний обсяг роботи становить 54 сторінок, з яких основна частина роботи займає 44 сторінок. Список використаних джерел складається з 70 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ПРАВОВИЙ СТАТУС СПОЖИВАЧА ЗА ПРАВОМ УКРАЇНИ ТА ЄС

1.1. Споживач як учасник цивільних відносин за законодавством України та Європейського Союзу

Споживач виступає головним суб'єктом ринку у відносинах з іншими учасниками ринкових відносин: державою та бізнесом – виробниками, постачальниками, продавцями, надавачами послуг і виконавцями робіт. Разом з тим з'являється й потреба в державному захисті прав споживачів як суб'єктів ринку, що не мають могутності ресурсів держави і бізнесу та є більш слабкою стороною у відносинах. Державна функція захисту прав споживачів в умовах ринкової економіки спрямована забезпечити баланс інтересів і прав сторін у рамках тріумвірату держава-споживач-бізнес.

Суспільно-політичні потрясіння, що відбулися в Україні в період 2013-2017 років, зумовили перегляд багатьох концептуальних підходів до організації державного управління в країні, економіки та соціальної сфери та необхідності реформування різних галузей діяльності. Стратегія сталого розвитку "Україна-2020" [13] стала дороговказом у спрямуванні зусиль і суспільної уваги. Серед багатьох інших важливих реформ своє місце посіла реформа у сфері захисту прав споживачів, що зазначена в рамках вектору відповідальності. Відповідальність держави і громадянського суспільства перед споживчою спільнотою за успіх даної реформи є особливим знаком і зобов'язанням закласти незворотні зміни в інтересах громадян як споживачів та створити умови для подальших етапів реформування системи захисту прав споживачів і прискорення темпів її наближення до європейської.

Захист прав споживачів — це одне з провідних завдань кожної цивілізованої держави, бо незалежно від політичної й економічної ситуації в країні люди купують товари і користуються різними послугами.

Подолання відповідних проблем та поступове наближення до кращих практик ЄС — спільне завдання тріумвірату держава-споживач-бізнес [40, с.12].

Основою захисту прав споживачів є положення Розділу II Конституції України [1], яким визначено права, свободи та обов'язки людини та громадянина і, зокрема, частини 3 статті 42, де передбачено, що держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів. Крім того, стаття 50 Конституції України передбачає право на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди; також гарантується право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення.

Як зазначав дослідник Р. Б. Шишка – учасників цивільних правовідносин персоналізують у спеціалізованих семантико-юридичних термінах, розкривають їх сутність та правове становище щодо кожного конкретного виду цивільних правовідносин [60, с.164].

Без правильного теоретичного вирішення проблем, пов'язаних з правовим статусом суб'єктів суспільних відносин і, зокрема, з правовим статусом споживачів, не можна успішно вирішувати питання, що стосуються форм і методів дії цивільного права на суспільні відносини, і визначити досить повно відповідно до вимог сучасності необхідні засоби подальшого вдосконалення правового регулювання суспільних відносин. Правильне освітлення та узагальнення шляхів і засобів правового регулювання значною мірою також залежить від визначення правильного, єдиного змісту використовуваних правових понять.

Законодавство ЄС визначає під поняттям «споживач» не лише фізичну особу. Згідно норм «Хартії на захист споживачів», яка підписана на Дванадцятій сесії Консультативної Асамблеї Європейського Союзу, споживач – це не лише фізична особа, а і юридична особа, яка придбаває товар чи послугу для власного споживання [54, с.6].

Коло осіб, які охоплюються поняттям «споживач», визначається у законодавстві України досить неоднозначно. Тому таке базове поняття законодавства про захист прав споживачів, як «споживач», та визначення його цивільно-правового статусу потребує дослідження та удосконалення.

Зміни, внесені до Закону України «Про захист прав споживачів» та Цивільного кодексу України протягом останніх років, вимагають детального вивчення з метою визначення системи ефективності законодавчого врегулювання відносин у сфері прав споживачів.

За результатами опитування споживачів проведеного ВФС «ПУЛЬС» в липні-жовтні 2017 р., 97% опитаних споживачів вважають, що система захисту прав споживачів в Україні потребує суттєвого реформування за європейськими принципами, і майже така ж кількість респондентів (98%) бажає знати, які саме зміни передбачені в рамках реформування наявної системи захисту прав споживачів [38].

У Преамбулі Закону України «Про захист прав споживачів» встановлено, що даний закон регулює відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та виробниками і продавцями товарів, виконавцями робіт і надавачами послуг різних форм власності, встановлює права споживачів, а також визначає механізм їх захисту та основи реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів [10].

Головний суб'єкт споживчих відносин – це споживач зі своїм особливим правовим статусом, відмінного від статусу інших учасників. У різних нормативно-правових актах терміну «споживач» дається різне визначення. У статті 1 Закону України «Про захист прав споживачів» визначено, що споживач є фізичною особою, якою придбаваються, замовляються, використовуються,

або яка має намір придбати, замовити товар, послугу, продукцію для задоволення особистих потреб, які не пов'язані з підприємницькою діяльністю або з обов'язками найманого працівника. За даним визначенням можна виокремити ознаки споживача:

- 1) споживачем може бути тільки фізична особа;
- 2) товари, роботи та послуги використовуються споживачем лише з метою задоволення особистих потреб; поняття «особисті потреби» було визначене у редакції Закону України «Про захист прав споживачів» до внесення змін, але тоді замість нього вживалося словосполучення «побутові потреби», що призвело до незрозумілостей та неточностей у використанні законодавства у цій сфері;
- 3) після внесення змін до Закону «побутові проблеми» було замінене на «особисті потреби» та вказано третю ознаку споживача – його діяльність не повинна бути пов'язана з підприємництвом та з виконанням обов'язків найманого працівника [55].

Деякі нормативно-правові акти встановлюють, що споживачем може бути і юридична особа в ситуації, коли товари, роботи чи послуги придбаваються без мети подальшого продажу і не для використання у підприємстві, а для свого власного функціонування.

Окремі нормативно-правові акти визначають споживачем у відповідності до інституційної приналежності фізичну особу або юридичну особу:

- яка отримує чи хоче отримати житлово-комунальні послуги (Закон України «Про житлово-комунальні послуги» від 24.06.2004);
- яка має потребу замовити чи отримати телекомунікаційну послугу для задоволення власної потреби (Закон України «Про телекомунікації» від 18.11.2003 р. № 1280-IV);
- яка придбаває чи використовує товари, послуги, роботи на території конкретного товарного ринку (Розпорядження Антимонопольного комітету України «Про затвердження Методики визначення монопольного

(домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку» від 05.03.2002 № 49-р);

- приватну особу, підприємство, установу, організацію, які споживають видавничу продукцію (Закон України «Про видавничу справу» № 318/97-ВР від 05.06.1997);

- якій надають послугу з перевезення пасажирів та перевезення вантажів з допомогою залізничного транспорту (Технічний регламент надання послуг з перевезення пасажирів та вантажів залізничним транспортом, затверджений постановою КМУ № 193 від 01.03.2010);

- підприємство, установу, організацію будь-якої форми власності, громадян, у власності яких перебувають житлові будинки чи частини, та які уклали договір з Постачальником житлово-комунальних послуг (Правила користування системами водопроводу та каналізації на залізничному транспорті України, затверджені наказом Міністерства транспорту України від 02.08.1999 № 393);

- споживача реклами як особу, на яку направлена рекламна діяльність (Закон України «Про рекламу» № 270/96-ВР від 03.07.1996 (в редакції від 11.07.2003)).

Отже, на підставі вищевикладеного можна зробити висновок, що за Законом України «Про захист прав споживачів» споживачем є лише фізична особа. За іншими ж нормативно-правовими актами України споживачем може бути фізична чи юридична особа, яка отримує житлово-комунальні послуги або телекомунікаційні послуги, або видавничу продукцію, або здійснює перевезення пасажирів та вантажів залізничним транспортом, або є споживачем реклами.

Цивільний кодекс України визначення поняття «споживач» не має, проте у розділах щодо договірних відносин можна виокремити ознаки споживача. Наприклад, згідно з частиною 1 ст. 698 Цивільного кодексу за умовами договору роздрібної купівлі-продажу продавець, яким здійснюється підприємницька діяльність, направлена на продаж товарів, зобов'язаний надати

відповідний товар покупцеві, за умови, що даний товар призначений домашнього чи особистого використання, що не пов'язане з підприємництвом, а покупець зобов'язаний прийняти відповідний товар та здійснити його оплату. Недоліком даної норми є те, що даною статтею визначено, що споживач – це лише фізична особа, так як тільки вона має можливість придбавати товари для домашнього чи особистого використання. Дані неточності виправлені у частині 3 цієї ж статті, в якій встановлено, що у випадку не врегулювання Цивільним кодексом, певних питань щодо вищевказаного договору або щодо покупця-фізичної особи, то у даній ситуації слід застосовувати законодавство щодо захисту прав споживачів.

Таким чином, норми Цивільного кодексу виключають юридичних осіб зі споживчих відносин. Стаття 865 Цивільного кодексу також встановлює, що за умовами договору побутового підряду підрядник, що займається підприємництвом, виконує за завданням замовника (якою виступає фізична особа) конкретну роботу, з метою задоволення побутових чи власних потреб, а замовник у свою чергу зобов'язаний прийняти виконану роботу та здійснити її оплату [6]. Дана стаття визначає, що правовідносини за даним договором застосовується законодавство про захист прав споживачів.

У сфері надання готельних послуг споживачем є також фізична особа, яка здійснює придбання, замовлення, використання або намір у придбанні чи замовленні товарів, робіт, послуг для задоволення власних потреб (п. 1.3 Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, затверджених наказом Державної туристичної адміністрації України № 19 від 16.03.2004).

Відмітимо, що у сфері наданні послуг конфіденційного зв'язку споживач може бути тільки органом державної влади, органом місцевого самоврядування, державним підприємством, установою та організацією, які здійснили укладення договору з оператором зв'язку [15]

Поняття «споживач» у Господарському кодексу України визначене неоднозначно. У статтях 9, 20, 40 Господарського кодексу України визначено

поняття «споживач» як фізичну і юридичну особу. Стаття ж 39 Господарського кодексу України розуміє під споживачем тільки фізичну особу, оскільки лише громадяни мають змогу здійснювати об'єднання у громадські організації споживачів [5].

Ми вважаємо, що на сьогодні існує колізія в українському законодавстві щодо визначення споживача, адже дія Закону України «Про захист прав споживачів» розповсюджується тільки на фізичних осіб. Тоді ж як у Законі України «Про рекламу» визначено, що її споживачем є особа, на яку направлена рекламна діяльність, а особою, в свою чергу, визначено фізичну особу, в тому числі фізичну особу – підприємця, юридичну особу будь-якої форми власності, представництво нерезидента в Україні [12]. За Законом України «Про житлово-комунальні послуги» та Законом України «Про видавничу справу» споживачем може бути як фізична, так і юридична установа, заклад, організація. Тому, на нашу думку, варто внести зміни до законодавства України, та привести поняття «споживача» до єдиного визначення для посилення його правового захисту та регулювання.

Варто розглянути рішення Конституційного Суду України, згідно з яким споживачем, права якого захищаються на підставі Закону України «Про захист прав споживачів», є лише громадянин (фізична особа), котрий придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари (роботи, послуги) для власних побутових потреб. Закон регулює відносини споживача з підприємством, установою, організацією чи громадянином-підприємцем, які виготовляють та продають товари, виконують роботи і надають послуги, незалежно від форм власності та організаційних форм підприємництва [30]. Дана позиція висвітлена у рішенні Конституційного Суду України №15рп/2011 від 10.11.2011 у справі за зверненням громадянина Степаненка Андрія Миколайовича про офіційне тлумачення пунктів 22, 23 ст. 1, ст. 11, ч. 8 ст. 18, ч. 3 ст. 22 Закону України «Про захист прав споживачів» та їх взаємозв'язку з нормами ч. 4 ст. 42 Конституції України [31]. Питанням, яке було поставлено на розгляд суду, було поширення дії вищевказаного Закону на регулювання

договору споживчого кредиту на стадії укладення договору та на стадії виконання договору. В даному рішенні Конституційний Суд України вирішив, що норми Закону України «Про захист прав споживачів» спрямовуються на охорону права споживача кредитної послуги та збалансування цього права з іншими цінностями, які знаходяться під охороною публічної влади. Тому їх дія розповсюджується на відносини кредитодавця і позичальника (споживача) в межах договору про надання споживчого кредиту, які виникають в процесі укладення і виконання таких договорів.

На основі визначення поняття споживача, вказаного в Законі «Про захист прав споживачів», можна дійти до висновку про те, що споживачем може бути громадянин, який навіть не купував чи не замовляв товар, але ним користувався, тому що у визначенні вказано, що споживач – це фізична особа, яка здійснює використання продукції для власних потреб. Це, наприклад, відносини, в яких певний товар фізичній особі подаровано або коли фізична особа користується товаром, належним членам її родини [33].

Варто вказати також на розбіжності у визначенні поняття «споживач» у Законі України «Про захист прав споживачів» та у Цивільному кодексі України. Так, у статті 698 ЦК України споживачем є покупець, який купив товари для власного або домашнього використання, що не пов'язане з підприємництвом, а у статті 1 Закону України «Про захист прав споживачів» споживачем є фізична особа, яка придбаває (має намір придбати) товари лише для задоволення власних потреб, не пов'язаних з підприємництвом або виконанням обов'язків як найманого працівника. Тому слід прийти до висновку, що норми споживчого закону слід привести у відповідність до Цивільного кодексу України.

Оскільки різні нормативно-правові акти визначають поняття «споживач» по-різному, необхідним є більш точне визначення поняття правової природи відносин у сфері захисту прав споживачів, які регулює Закон України «Про захист прав споживачів».

Отже, в національному законодавстві вирішення проблеми теоретичного визначення поняття «споживач» можливе методом його тлумачення в

економічному (широкому) та юридичному (вузькому) значенні. З економічної точки зору споживачем є особи чи організації, які споживають продукцію будь-якого виробництва чи будь-якої діяльності. [44, с.308]. У вузькому ж (юридичному) розумінні споживач – це лише фізична особа, як визначено у Законі України «Про захист прав споживачів». Слід зазначити, що під юридичною особою українське законодавство розуміє не лише громадян України, а й іноземних громадян та осіб без громадянства. Тому слід прийти до висновку про те, що норми Закону України «Про захист прав споживачів» не можна застосовувати до юридичної особи; фізичних осіб-підприємців, що здійснюють замовлення чи використання товарів, робіт для здійснення підприємництва. Норми даного Закону розповсюджуються і на переддоговірні відносини.

Вважаємо, що розширивши теоретичне поняття «споживач», включивши до нього не тільки фізичних, а й юридичних осіб, може спровокувати втрату чітко визначеної направленості норм про захист прав споживачів, проте це є єдиним способом подолання колізій у законодавстві.

1.2. Правовий статус споживача за законодавством ЄС

Традиційно у науковій літературі питання захисту прав споживачів розглядаються через аналіз окремих прав споживачів, особливостей їхнього захисту, тобто окремі елементи спеціального правового статусу. Говорячи про зміст правового статусу споживача, можна стверджувати, що наявність правосуб'єктності у складі елементів спеціального правового статусу підтримується в науці, однак замість категорії спеціальної правосуб'єктності одні автори пропонують використати поняття спеціальної правоздатності, інші вважають, що правильніше говорити про спеціальну дієздатність [56,с.87-88].

Наближаючись до кращих зразків світового та європейського досвіду у сфері захисту прав споживачів, важливо дотримуватися вимог і рекомендацій основоположних документів, ратифікованих Україною. В розвинених країнах

законодавство щодо захисту прав споживачів базується на основному міжнародно-правовому документі у цій галузі — Керівних принципах захисту інтересів споживачів, які були схвалені Генеральною Асамблеєю ООН 9 квітня 1985 р. № 39/248, а нещодавно оновлені 22 грудня 2015 року. На вирішення проблем у сфері захисту прав споживачів та гарантування законних прав споживачів спрямована також низка європейських правових актів, щодо виконання яких Україна взяла на себе певні зобов'язання.

Глава 20 «Захист прав споживачів» Угоди про асоціацію Україна-ЄС встановлює, що Україна поступово наближає своє законодавство до *acquis* ЄС, запроваджуючи низку відповідних Директив ЄС. Європейська споживча політика базується на підході, що правове регулювання захисту прав споживачів відіграє дедалі важливішу роль. За сучасних умов бурхливого розвитку економічних процесів у світі та жорсткої конкуренції серед суб'єктів підприємництва, споживче законодавство є базовим елементом такого розвитку. Споживачем у світі визнається непрофесіонал, який придбаває товари та послуги для задоволення особистих потреб, а отже потребує захисту своїх прав зі сторони держави для забезпечення балансу сил у ринкових відносинах з більш могутнім підприємництвом. Ці завдання мають надзвичайно важливе значення для спільноти споживачів в Україні.

Згідно з положеннями Угоди про асоціацію з ЄС, в Україні продовжується робота щодо приведення вітчизняного законодавства у відповідність до вимог європейського, але за відсутності належних процедур і конкретних строків виконання ця робота не є системною та результативною.

Покращення добробуту споживача та захист його прав на сьогодні є дуже важливою цінністю Європейського Союзу. Але до 1992 року діяльність у сфері захисту прав споживачів у Європейському Союзі не розглядалась як самостійний напрямок європейської співпраці та полягала лише у створенні внутрішнього ринку товарів та послуг. Дана політика стала самостійним напрямком після прийняття Маастрихтського Договору у 1992 році [19].

Подальший розвиток системи захисту прав споживачів відбувався з розвитком ЄС [18].

Політика у сфері захисту прав споживачів у Європейському Союзі направлена на підтримання інтересів споживача та їх захист, що підтверджено у статті 38 Хартії основних прав Європейського Союзу [28].

Відповідно до статті 12 Договору про функціонування Європейського Союзу вимоги про захист прав споживачів враховуються у всі інші політики та дії Європейського Союзу [20].

Згідно частини 1 статті 169 Договору про функціонування Європейського Союзу цілями політики Європейського Союзу у сфері захисту прав споживачів є:

- забезпечення охорони здоров'я, безпеки та економічних інтересів споживача,
- підтримання прав споживача на отримання інформації, просвіти та прав на створення організацій споживачів, метою діяльності яких є захист їх прав та інтересів.

У частині 2 статті 169 Договору про функціонування Європейського Союзу встановлюється принцип субсидіарності за якого ЄС бере участь у споживчій політиці шляхом:

- заходів, передбачених статтею 114 Договору про функціонування Європейського Союзу у вигляді завершення формування внутрішнього ринку;
- заходів, які здійснюють підтримання, доповнення та контроль над політикою держав-членів [22].

Європейське право встановлює, що розробляючи та приймаючи акти в галузі захисту прав споживачів, ЄС повинен гарантувати належний захист прав споживачів та враховувати новітні досягнення і наукові факти (ч. 3 ст. 114 ДФЕС). Приймаючи акти вторинного права, ЄС має обґрунтувати їх необхідність. Аналізуючи судову практику ЄС, можна прийти до висновку про те, що акт вважається обґрунтованим лише при сприянні функціонуванню

внутрішнього ринку (Рішення Суду ЄС від 10.12.2002 р. в справі № С-491/01) [35].

На сьогоднішній день Європейська Комісія прийшла до висновку про те, що досягнення високого рівня захисту прав споживачів збільшить довіру споживача, зокрема у транскордонних договорах, і матиме позитивний вплив на збільшення рівня споживання [36].

Якщо орієнтуватися лише на цілі для внутрішнього ринку, то можна виокремити аспекти ЄС у сфері захисту прав споживача:

- 1) забезпечення споживачу безпеки та якості продукції;
- 2) забезпечення прав споживачів в споживчих договорах;
- 3) усунення недобросовісної комерційної практики, що призводить до порушення прав споживачів;
- 4) надання фінансових послуг споживачам;
- 5) впровадження таймшеру (договорів щодо розподілу часу на використання);
- 6) забезпечення послуги споживчого кредитування;
- 7) застосування нормативно-правових актів на практиці та вирішення спорів за зверненнями споживачів [39].

У сфері захисту прав споживачів в ЄС найвагомішу роль мають директиви. При їх імплементації держави-члени мають законодавчо встановлене право вийти за межі правового регулювання конкретної директиви, розширивши сферу її застосування чи її зміст. Розширити сферу застосування не є складним, тоді як розширюючи їх зміст, необхідно враховувати рівень гармонізації споживчих положень в потрібній директиві. Гармонізація ж у свою чергу буває мінімальною і повною. Мінімальна гармонізація дозволяє державі перевищити рівень захисту права споживача, що передбачене конкретною директивами, впровадивши або зберігши суворі національні споживчі норми. Але, провівши моніторинг мінімальних гармонізацій, Європейська комісія зробила висновок про те, що вона зумовлює виникнення розбіжностей в споживчих стандартах держав-членів і робить негативний вплив на діяльність

внутрішнього ринку ЄС. Тому розповсюдження отримала повна гармонізація, яка не дозволяє державам розширювати зміст конкретної директиви, а отже відступати від її положень навіть задля досягнення мети збільшення захисту прав споживачів.

Варто зазначити, що держави-члени ЄС все ж мають право перевищувати ступінь захисту прав споживачів, якщо це прямо встановлено актом вторинного права у випадку проведення заходів, якими підтримується, доповнюється та контролюється політика держав-членів. Держави при цьому зобов'язані не змінювати національні правила, які є більш суворими та сумісними з нормами первинного права ЄС, особливо з положенням щодо заборони кількісних обмежень та заходів еквівалентної дії між державами-членами.

Звертаємо увагу на Директиву 2011/83/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 25.10.2011, яка встановлює та регулює права споживача, яка наближає законодавчі положення держав-членів у сфері реалізації дистанційних договорів, договорів, укладених за межами ділових приміщень до європейських стандартів, маючи за мету збільшення ефективності діяльності внутрішнього ринку шляхом зміцнення механізму захисту прав споживачів [26].

Дана Директива замінила собою Директиву № 97/7/ЄС та Директиву №85/577/ЄЕС, в яких було застосовано принцип мінімальної гармонізації, що мало негативним наслідком великі розбіжності у законодавчому регулюванні держав та зменшення діяльності внутрішнього ринку ЄС [37]. Тому в новоприйнятій директиві був використаний принцип повної гармонізації правових положень, наприклад він був застосований до прав на розірвання дистанційного договору.

Положення Директиви 2011/83/ЄС застосовуються до усіх договорів у сфері захисту прав споживачів. До винятків належать: медичні договори, договори на соціальне обслуговування, договори щодо фінансових послуг, договори на азартні ігри, договори з нерухомістю, договори на транспортні

послуги пасажирського перевезення, щодо будівництва та щодо оренди житлових приміщень, договори на комплексні туристичні послуги.

Договори, які регулюються Директивою Європейського парламенту та Ради «Про права споживачів» від 25 жовтня 2011 №2011/83/ЄС, можна розділити на 3 види:

- дистанційні договори між споживачем та суб'єктом господарювання
- договори, укладені за межами території ділового приміщення між споживачем та суб'єктом господарювання;

- інші договори.

Головні новели цієї Директиви Європейського парламенту та Ради «Про права споживачів» від 25 жовтня 2011 № 2011/83/ЄС:

- заборонено приховувати перед споживачем витрати на укладення договорів за допомогою інтернет (ч. 2 ст. 8);

- заборонено встановлювати споживчу доплату за проведення розрахункових операцій за допомогою кредитної картки (ст. 19) та завищувати тарифи при телефонних замовленнях (ст. 21);

- підвищено прозорість цін для забезпечення інтересів споживача;

- заборонено автоматичні умови у бланках онлайн-замовлень з метою захисту інтересів споживача (ст. 22);

- чітко визначено платника за повернення товару у випадку відмови від договору споживача або суб'єкта господарювання (ч. 1 ст. 14);

- підвищено рівень захисту прав споживачів у сфері використання цифрових продуктів (п. (g) та (h) ч. 1 ст. 5);

- впроваджено єдину для кожної держави-члена форму відмови від укладення договорів споживачем або суб'єктом господарювання (ч. 1 ст. 11);

- встановлено чотирнадцятиденний строк для відмови від укладення договору споживача чи суб'єкта господарювання (ст. 9) та право продовження договору на термін до 12 місяців (ст. 10);

детально регламентовано право споживача на повернення коштів та чотирнадцятиденний строк на повернення (ст. 13).

Додаток 1 до Директиви містить конкретні приклади комерційних практик, які вважають несправедливими, а саме: це 23 приклади недобросовісних практик та 8 прикладів агресивних практик [48, с.15].

Варто сказати, що на відміну від права ЄС, нормативно-правові акти України у сфері захисту прав споживачів замість дистанційних договорів, та договорів, укладених за межами територій ділових приміщень вживає терміни «договір на відстані» та «договір, укладений за межами торговельних або офісних приміщень» [10].

Важливо, що статті 12 та 13 Закону України «Про захист прав споживачів» були запроваджені в 2005 році з метою адаптації національного законодавства про захист прав споживачів до положень Директив № 97/7/ЄС та 85/577/ЄЕС.

Споживач за європейським законодавством є суб'єктом міжнародного права в першу чергу й безпосередньо в силу володіння міжнародними правами та обов'язками, закріпленими в установчих документах країн-учасниць і в міжнародно-правових актах. Він має певний комплекс привілеїв та імунітетів, які закріплені угодами у сфері споживчих правовідносин, установчими документами самої держави-учасниці. Європейський Союз у сфері споживчих відносин бере участь у вирішенні різноманітних спорів, у міжнародній нормотворчості, сприяє державам у розробці багатосторонніх договорів та приймає самостійні одноосібні рішення, що містять обов'язкові правила поведінки для адресатів, забезпечує виконання норм міжнародного права.

Згідно статті 153 Договору, ЄС має робити власний внесок у «посилення захисту прав споживачів», дана стаття є також правовою основою діяльності ЄС у сфері захисту прав споживачів.

Також захист прав споживача та його правосуб'єктність врегульовані статтю 38 Хартії основних прав Європейського Союзу. В ній захист прав

споживачів визначено як законний інтерес населення Європейського Союзу, якому гарантується найвищий захист.

Хартія Європейського Союзу про основні права є частиною Договору про функціонування ЄС та, відповідно, також передбачає гарантії захисту прав осіб – громадян ЄС як споживачів послуг.

Держави-члени мають право встановлювати суворіші вимоги щодо тих, які передбачено директивами у сфері захисту прав споживачів. Вони містять мінімальні стандарти захисту [52, с.286].

Рада Європейського Союзу та Парламент Європейського Союзу постійно займаються ухваленням Споживчих програм для виконання поставлених цілей:

- забезпечення високого рівня захисту прав споживачів, головним чином через вдосконалення надання інформації з питань, що стосуються споживачів, поліпшення консультування та краще представництво інтересів споживачів;
- забезпечення ефективного застосування правил захисту прав споживачів, особливо через розвиток співробітництва між органами влади та організаціями, відповідальними за практичне виконання законодавства про захист прав споживачів, інформування, освіти та вирішення спорів, пов'язаних зі скаргами споживачів.

До актів ЄС «нового» покоління у сфері забезпечення дієвих механізмів захисту прав споживачів та визначення правосуб'єктності споживачів відносяться: Директива «Про захист споживачів стосовно певних аспектів Journal «ScienceRise: Juridical Science» №1(1)2017 44 контрактів з таймшер (право володіння майном протягом відведеного часу), довгостроковими продуктами, пов'язаного з відпусткою, повторного продажу та обміну» [52, с.287], Рекомендація Комісії «Про принципи діяльності позасудових органів, залучених до компромісного розв'язання суперечок за участю прав споживачів» [25], Директива «Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема електронної комерції на внутрішньому ринку» [23], Директива «Про дистанційний маркетинг споживчих фінансових послуг та внесення змін до Директиви Ради 90/619/ЄЕС та Директив 97/7/ЄС та 98/27/ЄС» [24], Директива

«Про універсальну послугу та права користувачів стосовно електронних мереж зв'язку і послуг Директива про універсальну послугу» [27].

Актами вторинного права ЄС у сфері захисту прав споживачів є: вимоги до виробника товару та надавача послуги, які є уніфікованими; вимоги до реалізації прав споживачів під час купування товарів, отримання послуг; положення, які забезпечують захист прав споживачів в ситуації їх порушення; заходи держав-членів, здійснені для виявлення небезпеки, негативного впливу товарів на довкілля, безпеку людей [39].

Істотне значення у реалізації механізму захисту прав споживача належить правам споживача у сфері колективної реалізації власних прав, що втілено у нових правових актах Європейського Союзу.

Вторинне право Європейського Союзу включає ефективні гарантії, які забезпечують реалізацію прав споживача як сторони електронної угоди, яку необхідно було б запровадити до практики, яка регулюється національним законодавством у сфері захисту прав споживачів.

Особливе місце в практичному вирішенні спорів у сфері захисту прав споживачів в Європейському Союзі займають форми врегулювання спорів досудового розгляду, які в Україні фактично не використовуються.

На підставі вищевикладеного можна дійти до висновку про те, що процес апроксимації до Європейського Союзу в сфері захисту прав споживачів характеризується чітким усвідомленням цілей, мотивів та причин того чи іншого регулювання в праві ЄС. При цьому, чим більша міра конкретизації, тим вища ефективність правового регулювання.

Аналіз правового статусу дозволяє віднести правовий статус споживача до числа спеціальних правових статусів, що належать суб'єктам окремої соціальної групи, виділеної за такою ознакою, як їх особлива соціальна роль, обумовлена необхідністю їхнього спеціального захисту державою шляхом створення додаткових гарантій охорони прав і законних інтересів, викликана необхідністю усунення економічної нерівності контрагентів. На основі цього, правовий статус споживача, являє собою закріплене законодавством про захист

прав споживачів особливе правове положення особи, що придбаває (або має намір придбати) або використовує продукцію винятково для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника.

РОЗДІЛ 2

ПРАВО СПОЖИВАЧА ЯК ЕЛЕМЕНТ ЙОГО ПРАВОВОГО СТАТУСУ

2.1. Базові права споживачів та механізм їх реалізації

Розвиток захисту прав споживачів відбувався впродовж тривалого часу. Варто відмітити, що цьому сприяли багато обставин: соціально-політичні зміни в країнах, культурні та, врешті-решт, суспільне розуміння своїх прав. Саме генезис поколінь прав людини дав поштовх для остаточного формування прав споживачів та прямої необхідності їх захисту державою.

На міжнародному рівні закріплення головних стандартів захисту прав споживачів провадилося поступово, внаслідок того, що деякі країни мали більш передові погляди на це. Так, одними з перших у цьому питанні стали Сполучені Штати Америки. На державному рівні визнання та підтримку так званий консумерський рух (англ. consumer) здобув після розгляду в конгресі та проголошення 15 березня 1962 року президентом Джоном Кеннеді спеціальної Постанови, яку назвали «Білль про права споживачів».

Генеральною Асамблеєю ООН була затверджена Загальна декларація прав людини, якою проголошено концепцію прав людини – визнавати людську гідність кожної людини [50 с.124].

До базових прав споживачів відповідно до статті 4 Закону України «Про захист прав споживачів» відноситься право на: захист своїх прав державою; належну якість продукції та обслуговування; безпеку продукції; необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію державною мовою про продукцію, її кількість, якість, асортимент, її виробника (виконавця, продавця) відповідно до Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної»; обслуговування державною мовою відповідно до Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної»; відшкодування майнової та моральної шкоди, завданої внаслідок недоліків продукції (дефекту в продукції), відповідно до закону; звернення до суду та інших уповноважених державних органів за захистом порушених прав; об'єднання в громадські організації споживачів (об'єднання споживачів) [10].

Зупинимося на аналізі тих базових прав, які або не врегульовані належним чином, або є інноваційними в споживчому законодавстві.

Споживачі під час придбання, замовлення або використання продукції, що її реалізують на території України, для задоволення своїх особистих потреб мають право на необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця)[49].

Право на інформацію. Інновацією в споживчому законодавстві, став Закон України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» від 06.12.2018 № 2639-VIII [11], який розширив право споживачів на інформацію й, у свою чергу, зобов'язав продавців надавати правдиву інформацію. Метою цього закону є встановлення вимог до інформації про харчові продукти, видів обов'язкової інформації, її розміщення, обов'язків операторів ринку, з метою приведення українського законодавства у відповідність до положень Регламенту Європейського Парламенту та Ради (ЄС) № 1169/2011 від 25 жовтня 2011 р. щодо надання споживачам інформації про харчові продукти, яким вносяться зміни до Регламентів Європейського Парламенту та Ради (ЄС) № 1924/2006 і № 1925/2006. Проте, проблемним є дотримання Регламентом

(ЄС) № 1169/2011 Європейського Парламенту і Ради від 25 жовтня 2011 року «Про надання споживачам інформації про харчові продукти», адже для виробників продуктів виникає необхідність витрати коштів на замовлення етикеток, що відповідатимуть новим правилам та враховуватимуть положення регламенту 1169/2011.

В національному законодавстві визначено, що назвою харчового продукту є його офіційна назва. За відсутності офіційної назви назвою харчового продукту є його звична назва. Якщо звичної назви не існує, або вона не використовується, застосовується описова назва харчового продукту [11].

Право на якість та безпеку прийняті у 2010 році Закони України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» та «Про загальну безпечність нехарчової продукції». Основною проблемою правозастосування цих нормативних актів – відсутність обміну інформацією, що стосується безпечності продукції, між областями та районами. Наприклад, у випадку якщо певний продукт становить серйозний ризик, то необхідне швидке втручання Держпродспоживслужби України, яке може включати вилучення продукту, його відкликання або заборону його наявності на ринку. В таких ситуаціях необхідно мати доступ до системи швидкого обміну інформацією між регіонами в межах країни. Така система (система RAPEX) впроваджена в ЄС та охоплює нехарчову споживчу та професійну продукцію. Якщо встановлено, що продукція є небезпечною, компетентний національний орган вживає належних заходів для усунення ризику. Він може вилучити продукцію з обігу, відкликати її від споживачів або винести попередження. Потім Національний контактний пункт інформує Європейську Комісію про продукцію, ризики, які вона становить, та заходи, що вживаються органом для запобігання ризикам і нещасним випадкам.

На сьогодні в Україні посилена відповідальність компаній за порушення норм якості продукції. Але посиленням санкцій та відповідальності за порушення правил надання послуг та за виробництво, продаж небезпечної

продукції неможливо кардинально змінити ситуацію на краще, адже надприбутки компаній, отримані шляхом порушення законодавства в сфері захисту прав споживачів, значно важливіші для продавців, виробників, ніж розміри штрафів.

Варто вказати, що з 6 березня 2019 року на засіданні Кабінету міністрів України, була скасована норма обов'язкового ведення книги відгуків і пропозицій. Натомість, споживачам не надано альтернативного способу захисту своїх прав.

Єдиним механізмом у відстоюванні своїх прав є звернення до Держпродспоживслужби України, через портал «Електронне звернення громадян», яким, на жаль, на сьогодні не можуть скористатися майже половина громадян України. Це, переважно, люди з вадами зору, люди похилого віку, люди, що не мають знань у використанні інформаційно-технічного забезпечення або ж такі, що даного забезпечення не мають взагалі.

Крім того, в законодавстві застосовуються різновекторні поняття «належна якість товару», «недолік» та «істотний недолік». Зокрема, закон передбачає, що заміна товару на такий же можлива лише у випадку придбання товару з «істотним недоліком», на наше переконання, споживач має право обирати заміну товару у разі будь-якої невідповідності товару.

Отже, за українським законодавством права споживачів обмежені, оскільки в Україні не існує на сьогодні ефективного механізму державного захисту, кількість скарг постійно збільшується, а розгляд таких скарг нівелюється. Для врегулювання споживчих прав, перш за все, потрібно відновити порушені та звужені права споживачів у головному для них законі – Законі України «Про захист прав споживачів».

Громадяни України достатньо поінформовані про свої права на інформацію, вибір, безпечне та якісне споживання тощо. Закон України «Про захист прав споживачів» прийнято чверть століття тому, то ж навіть люди старшого віку знають і розуміють суть своїх прав, школярі та студенти набували споживчих знань в освітніх закладах, нові покоління споживачів

готові виявляти свою активність, не бажаючи бути ошуканими. Сучасний стан даного закону зазнав суттєвих змін через несистемне доповнення одних статей і скорочення та/або видалення інших, зміни послідовності та нумерування статей, а головне – виведення з закону всіх вимог стосовно харчових продуктів. Для споживачів це означає, що закон більше не захищає їх права в сегменті харчової продукції. Окрім того, проект Закону України «Про захист прав споживачів», який був розроблений в 2019 році, врахував кращі дієві практики ЄС, та розміщений для обговорення на сайті Міністерства економіки, торгівлі та сільського господарства, на жаль, поки залишається не активним для його реалізації.

2.2. Дифузні права споживача

Цивільним кодексом України передбачене право кожного на захист своїх цивільних прав у разі порушення, невизнання або оспорювання даних прав, а також захист своїх інтересів у межах, що не суперечать засадам цивільного законодавства.

Тема захисту прав споживачів, як вказувалося у попередніх розділах роботи, неодноразово досліджувалася вченими та дослідниками, проте поза увагою вже багато років залишаються дифузні (окремі) права споживача.

Дифузне право належить до суб'єктивних цивільних прав людини, тобто є мірою дозволеної поведінки учасника цивільних правовідносин. Змістом дифузного права як суб'єктивного права є юридична можливість, яка надана суб'єкту правовідносин [60].

Визначаючи поняття «інтерес», слід звернутися до Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним поданням 50 народних депутатів України щодо офіційного тлумачення окремих положень частини 1 статті 4 Цивільного процесуального кодексу України (справа про охоронюваний законом інтерес від 01.12.2004 р. № 18рп/2004), у якому судом в

описовій частині вирішено, що суб'єктивне право і суб'єктивний інтерес – це дозволи. Отже, законний інтерес віддзеркалює бажання особи реалізувати своє право, не вимагаючи дій від інших осіб.

Слід вказати думку І. Венедіктової про те, що поряд з інтересом, на відміну від суб'єктивного права, не виникає в обов'язковому порядку зустрічний обов'язок [41, с. 153].

Заслуговує уваги і думка Є. Харитонова про те, що цивільний інтерес згідно норм українського цивільного законодавства – це потреба особи, яка не визначена законодавчо або за положеннями договору як цивільне право, але спрямована на породження цивільного права [58, с. 100].

Стаття 13 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод встановлює, що кожен, чиї права та свободи, визнані Конвенцією, було порушено, має право на ефективний засіб юридичного захисту в національному органі, навіть якщо порушення здійснювалося особами, які виконували офіційні повноваження [3].

Отже, Конвенція встановлює право особи на захист та оперує лише двома термінами «право» та «свобода». Тобто поняття «інтерес» включається Конвенцією до вказаних понять, є перехідним від «свободи» до «права».

О. Черняк визначила поняття «право споживача» як елемента правового статусу споживача як закріплену за ним і забезпечену обов'язками третіх осіб міру можливої поведінки, направлених на застосування благ для задоволення власних потреб, які безпосередньо не пов'язані з підприємництвом або здійсненням обов'язків як найманого працівника [59].

Науковець О. Письменна під поняттям «права споживачів», які поділяються на базові та дифузні, має на увазі передбачені законом про захист прав споживачів можливості, які направлені на задоволення власних інтересів споживача, що охороняються державою, методом вимоги до зобов'язаної особи, яка має встановлені законом обов'язки [53, с. 4].

Точка зору вищевказаних авторів є досить правильною, але для визначення поняття дифузних прав споживача цікаво розглянути законодавство

інших країн. Наприклад, у Бразилії прийнятий Споживчий кодекс, у статті 6 якого визначено чіткий перелік дифузних прав споживача:

- право на дієве запобігання та на відшкодування матеріальної та моральної шкоди, завданої індивіду або колективу взагалі, дифузної матеріальної та моральної шкоди;
- право доступу до правових та адміністративних органів з метою запобігання або відшкодування індивідуальної, колективної або дифузної матеріальної, моральної шкоди, що гарантується правовим, адміністративним і технічним захистом споживача з низьким рівнем доходу [65, с. 5].

Таким чином, у статті 6 Споживчого кодексу Бразилії міститься положення, в якому акцентується увага на понятті попередження та відшкодування шкоди споживачу, зокрема індивідуальної, колективної та дифузної шкоди. Тому необхідним, на нашу думку, є запозичення термінів з даного Кодексу та включення їх до споживчого законодавства України.

Італійський науковець Г. Альпа в одній не тільки класифікує права споживачів на базові та дифузні, але й виділяє «дифузні інтереси», охорона яких здійснюється процесуальними нормами. Поняття «дифузного інтересу» з'явилося у 70х роках XX століття, коли у свідомості суспільства з'явилися нові інтереси. Даним науковцем наводяться приклади, які зменшують площину захисту споживача та інвестора у сфері цивільних прав та відповідно зменшують їх дискримінацію, що проявляється у питаннях охорони довкілля, охорони здоров'я, безпеки й якості продукції, а також захисту конфіденційної інформації [64, с. 210].

У 70-х роках XX століття вчений М. Каппеллетті прийшов до висновку про зростання рівня доступності судового захисту прав та інтересів людини, які є особливо важкими та особливо вразливими, в сучасному суспільстві. До них дослідник відніс і права та інтереси споживача. Науковець зазначив, що саме ці дифузні інтереси набули великого значення через особливості теперішньої економіки, що ґрунтується на колективних формах виробництва, на розподілі і споживанні [63].

Таким чином, можна зробити висновок, що деякі науковці робили спроби визначити поняття дифузного інтересу. Зокрема Г. Альпа вказав, концепція законного інтересу при своєму розширенні стає більш придатною, так як сучасна доктрина це передбачає, у людських відносинах це відкриває нові перспективи у сфері захисту прав споживачів [64].

Варто погодитися з міркуваннями про те, що сучасний розвиток суспільства вимагає більш регульованого цивільно-правового регулювання суспільних відносин. Варто приділити увагу дослідженням М. Бейд, яка зазначила, що Європейський Союз виділяє групи інтересів у сфері охорони навколишнього середовища, рівності і проблем в галузі прав людини, які мають вплив на реалізацію Європейської політики. Ці групи інтересів і визначаються законодавством ЄС дифузними інтересами [65, с. 6].

Варто зробити акцент на тому, що українське законодавство не містить поняття «дифузні інтереси».

В українській науковій думці в галузі психології дається визначення лише дифузної групи як такої, що:

- є майже не згуртованою;
- існує частіше за все протягом короткого часу;
- складається з випадкових членів;
- складає домінуючі взаємини за типом симпатій-антипатій.

Мета функціонування дифузної групи для всіх членів групи зазвичай однакова, так як для її діяльності не вимагається тісної інтеграції та взаємодії. Єдність у глибинній мотиваційній діяльності у членів дифузної групи майже завжди відсутня. Наприклад, при купівлі квитків на концерт один здійснює купівлю квитків на концерт, так як любить мистецтво, інший купує лише для того, щоб якось провести вільний час [45].

Дифузна група пов'язана не спільною ціллю, а її однаковістю. Тобто дифузний інтерес віддзеркалює інтерес групи, яка пов'язана однаковою ціллю. В даному випадку не йдеться про інтереси працівників, тому що споживачі не мають інтересу конотації, який властивий працівникам. Тобто в даному

випадку мова йде не про суспільні інтереси, що відповідають загальновизнаним цінностям та є основою і фундаментом співіснування спільноти [76].

Тобто «дифузні інтереси» складають окрему категорію інтересів певної групи осіб, пов'язаної конкретними інтересами, яка має бути захищена державою.

Американський вчений М. Поллак зробив висновок, що дифузні інтереси – це інтереси колективу з великої кількості людей, наприклад: охорона довкілля, захист права споживача, рівність можливостей чоловіків та жінок, свобода людини [66, с. 572–573].

В даному контексті варто викласти думку Г. Альпі про те, що колективні інтереси не стосуються всього колективу сукупно, а можуть стосуватися лише кількох користувачів товару, який є потенційно небезпечним або лише певних адресатів реклами, яка вводить в оману споживача, або суб'єктів примусових умов договору [64].

Пояснюючи різницю між «дифузним інтересом» та «колективним інтересом», варто вказати, що колективні відносини реалізуються суб'єктами колективних прав у сфері трудових відносин. Колективний характер дані відносини зосереджують не стільки в колективності суб'єктів, стільки у відтворенні у даних колективних інтересах інтересів працюючих. В основу колективних відносин у сфері трудової діяльності покладена колективна робоча сила, яка є носієм колективних інтересів [62].

Д. Іудіка зазначив у своїй роботі, що останніми роками з'явилися інтереси, не пов'язані з традиційними публіцистичними цілями. До них він відносить і дифузні інтереси, пов'язані з приватними відносинами та належними кільком споживачам одночасно. Постало питання необхідного захисту слабкої сторони у споживчих договорах в межах Спільного Ринку, а потім і в межах Європейського Союзу, що дало змогу створити нову правову систему: споживче право стало відгалуженням від приватного права, що отримало юридичні та політичні наслідки в галузі економічних стосунків між

суб'єктами приватних відносин, в яких переважають ліберальні та індивідуалістичні концепції [67].

Поява дифузного інтересу призвела до відгалуження приватного права та появи на цій підставі споживчого права, основою якого є обмеження втручання держави у приватне життя, підвищення захисту права споживача. На сучасному етапі з'явилася різниця між індивідуальним інтересом, який є загальним для кожного індивіда, відображає загальний захист дифузних прав та дифузних інтересів, проявляється у відтворенні тотожних інтересів окремої групи осіб у визначеній сфері. Такий інтерес не є суспільним інтересом, не відповідає загальноприйнятим нормам і не бере їх за основу. Це є дифузними інтересами споживачів, за якими кожен індивідуальний інтерес формує окрему умовну групу, не пов'язану нічим, окрім інтересу. Тобто виникла необхідність сформувати спеціальне об'єднання споживачів щодо конкретного блага чи конкретної сфери, яка буде доцільною з точки зору колективного (дифузного) захисту права споживача, з урахуванням гарантій забезпечення цього права і безпосереднього його захисту в суді.

На підставі вищевикладеного дослідження поняття «дифузного інтересу» можна зробити висновок, що споживачі мають різні дифузні інтереси. Можна виокремити різні категорії споживачів, які об'єднуються, специфікою своїх відносин та їх різноманітністю, проте все одно спрямовують свою діяльність на задоволення однакового інтересу. Тобто працівники окремого підприємства завжди об'єднуються інтересами колективу, який вони створюють, головним у цьому об'єднанні є не тільки благо споживання, а й інтерес кожного члена колективу.

Поняття «дифузні інтереси» вивчалось більш детально в Бразилії на основі італійської доктрини 70х років, це праці юристів-цивілістів Cappelletti, Denti, Proto Pisani, Vigoriti, Taruffo. Вони виокремили два типи трансіндивідуальних прав, що могли бути предметом колективного позову: дифузні (колективні) права та індивідуальні права [68].

Дослідник Фреді Дідьє Мол визначив, що дифузні права є трансіндивідуальними та мають неподільну природу, тобто розглядаються тільки в сукупності та є належними лише спільноті, до складу якої входить невизначене число людей, пов'язане фактичними обставинами.

Наприклад, дифузним правом є право на охорону довкілля, право на рекламу товару, яка не вводить споживача в оману, право на збереження адміністративної моралі [69].

Дифузні та колективні права та інтереси мають трансіндивідуальний і неподільний характер, оскільки вирішуються тільки комбінованим способом. Тобто дифузні права по суті є колективними, так як є неподільними, і так як задоволення права чи інтересу членів групи обов'язково має відповідати задоволенню інтересів чи прав всіх інших членів колективу, а відмова від інтересу чи права члена групи має відповідати відмові для всіх членів колективу [42].

Тобто вищевказані автори визначають поняття «дифузні права» як конкретні права споживача, належні йому за конкретною сферою чи щодо конкретного блага. Права споживачів розширюються у відповідності до вимог суспільства та інтересів кожного його члена, які мають захищатися. Захист прав споживачів використовується інституційними органами та політиками для приховання чи надання виправдання окремим своїм рішенням, що перед їх прийняттям не були аргументовані у достатньому розмірі. Інструментом для цього іноді слугує лібералізація. Вона спрямовується на більш вільне регулювання стосунків між суб'єктами. Але не завжди досягає своєї мети. Без необхідного інструменту лібералізація є недіючою і не захищає права споживача, а лише обмежує їх.

З відкриттям ринків кінцеві споживачі зіткнулися з новими проблемами: споживач повинен був зробити вибір пропозиції серед пропозицій з різноманітними цінами, тоді як раніше здійснювалася оплата фіксованої ставки для одержання стандартного продукту. Дрібні споживачі не завжди мали можливість раніше користуватися тими можливостями, які надала конкуренція

в сфері продажу товарів і надання послуг. Через відсутність необхідної інформації про товар багато споживачів не обрали потрібний товар, а продовжували товарні відносини з экс-монополістами, тоді як у нових операторів пропозиції були краще. Ця ситуація у сфері постачання обґрунтована недостатньо еластичною тарифною політикою, яка з'явилася в галузі електроенергії в державах, де ринки давно відкрилися [70].

На підставі аналізу, проведеного у даному підрозділі, можна сформулювати визначення дифузних прав як таких, якими відображаються індивідуальні інтереси особи, об'єднані в окрему групу, що мають неподільну природу та об'єднані специфікою взаємовідносин між ними та їх різноманітністю, а також спрямованістю на задоволення однорідного інтересу.

Слід сказати, що частиною 2 статті 4 Закону України «Про захист прав споживачів» встановлено, що окрім основних (базових) прав споживачів, «споживачі також мають інші права, встановлені законодавством про захист прав споживачів», проте переліку інших прав споживачів українське законодавство не має.

Тому можна виокремити дифузні права споживачів в Україні на підставі аналізу, проведеного у даному підрозділі, а саме:

- право на охорону довкілля;
- право на рекламу товару, яка не вводить споживача в оману;
- право на збереження у рекламі товарів та послуг моралі;

Стаття 17 Закону України «Про захист прав споживачів» також встановлює дифузні права споживача у сфері торговельного та інших видів обслуговування: право на задоволення власних потреб, право на вільний вибір товарів і послуг у зручний для нього час, право на вільне використання електронних платіжних засобів з урахуванням режиму роботи та обов'язкових для продавця форм (видів) розрахунків, право на здійснення перевірки якості, безпеки, комплектності, міри, ваги та ціни продукції за допомогою звернення до компетентних органів, організацій та установ.

Не можна сказати, що на сьогодні дифузні права споживачів в Україні не реалізуються взагалі, проте, на жаль, реалізуються лише деякі з цих прав, а інші або взагалі не охороняються державою або ж реалізуються частково.

Важливим чинником, що заважає реалізації дифузних прав споживача в Україні є випадки, коли через незначну вартість придбаної неякісної продукції чи невелику шкоду для здоров'я споживач вирішує не звертатися ні до продавця товару чи надавача послуги, ні до суду чи контролюючого органу, тим самим проявляючи пасивність та дозволяючи виробникам надалі порушувати права споживачів.

Навіть Цивільно-процесуальним кодексом України спори щодо захисту прав споживачів віднесені до малозначних справ, а саме в ч. 6 ст. 19 ЦПК України, визначено, що малозначними справами є справи про захист прав споживачів з ціною позову не більше 250 розмірів прожиткового мінімуму для працездатних осіб (тобто 567 500 грн.).

Проблемами віднесення спорів про захист справ споживачів до малозначних є: відсутність можливості касаційного оскарження рішення суду у даних спорах; розгляд у спрощеному провадженні, що проводиться без виклику сторін, а отже, не заслуховуючи позицію споживача як потерпілої особи; часто споживач не є навіть повідомленим судом належним чином про дату слухання справи або про рішення, винесене судом.

Для забезпечення реалізації дифузних прав споживачів необхідно удосконалити чинне законодавство про захист прав споживачів, чітко врегулювавши в ньому ряд спірних чи застарілих норм: додавши визначення ряду процесів та понять, удосконаливши механізм надання гарантії на товар, врегулювавши діяльність суб'єктів електронної комерції.

На наше переконання, з ситуацією яка унеможливорює судовий захист прав споживачів, варто впровадити інститут колективних позовів для захисту прав споживачів. Таке впровадження буде дієвим запобіжником для порушень підприємцями та великими корпораціями прав споживачів, а також зменшить навантаження судів щодо розгляду велику кількість однакових скарг проти

порушника. На законодавчому рівні були спроби втілення цієї ідеї, зокрема, був розроблений Проект Закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо групових позовів про захист прав споживачів, права на безпечне для життя та здоров'я навколишнє природне середовище», яким запропоновано запровадити у цивільному процесі інститут групового позову для споживачів.

Як свідчить досвід країн Європи, інститут масового (групового, колективного) позову є ефективним й одночасно процесуально-економічним судовим механізмом захисту прав і свобод людини і громадянина, а також дієвим механізмом для розвантаження судової системи шляхом спрощення процесу звернення до суду та судового розгляду справи в цілому як для громадян, юридичних осіб, так і для суду.

2.3. Основні гарантії і механізми захисту прав споживачів під час придбання продукції через мережу Інтернет

На сьогодні Інтернет-торгівля є дуже розповсюдженим явищем, а діяльність Інтернет-магазинів стає все більш прибутковою. Згідно даних статистики більша частина споживачів купують товари та замовляють послуги через Інтернет. Тому питання порушення прав споживачів у сфері придбання товарів, робіт і послуг через мережу Інтернет є на сьогоднішній день дуже актуальною.

Законодавче регулювання Інтернет-торгівлі регулюється Законом України «Про електронні документи та електронний документообіг» [8], Законом України «Про електронні довірчі послуги» [7], якими визначається поняття електронного документа та електронного документообігу, електронного цифрового підпису, визначаються світові тенденції для визначення юридичної сили електронного документа, права та обов'язки суб'єкта електронного документообігу, його відповідальність.

На сьогоднішній день нарешті прийнятий Закон України «Про електронну комерцію» [9], яким визначаються організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, встановлюється порядок здійснення електронних правочинів із застосуванням інформаційно-телекомунікаційної системи та визначаються права та обов'язки учасника відносин у сфері електронної комерції.

До прийняття даного закону у сфері роботи Інтернет-магазинів користувалися лише приписами, вказаними у листі Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [17]. Порядок надання послуг конфіденційного зв'язку органам, яким роз'яснено, що суб'єкти господарювання, якими здійснюється торгівля через мережу Інтернет, повинні керуватися вимогами Правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями, затверджених Наказом Міністерства економіки України, які є чинними на сьогоднішній день [16].

Визначення терміну «Інтернет торгівля в законодавстві не міститься, але вказується, що продавець та споживач можуть укласти договір за допомогою засобів дистанційного зв'язку, в тому числі за допомогою Інтернету. Дистанційною торгівлею визначається продаж товарів поза торговельним чи офісним приміщенням, за яким вибір товару та замовлення товару в часі збігаються у часі з переданням товару продавцем споживачу. Для продавця Інтернет-магазину найпоширеніша форма укладення договору на відстані – це публічний договір згідно статті 633 ЦК України [6].

Публічним є договір, в якому одна сторона є підприємцем і має обов'язок здійснювати продаж товару, виконання роботи або надання послуги покупцю. Публічний договір перебуває в загальному доступі на сайті продавця. Договір має містити загальні умови купівлі-продажу товару, роботи, послуги, однакові для кожного споживача. Предмет договору, вид товару та його кількість може оформлюватись у спосіб подання заявки. Укладання публічного договору здійснюється шляхом публікування договору в загальному доступі (оферта)

продавцем товару та лише за згоди на таку дію покупця. Договір вважається виконаним продавцем після доставки товару, виконання роботи, послуги.

До найчастіших порушень з боку Інтернет-магазину відносять відмову у забезпеченні заміни неякісного товару або у гарантійному ремонті товару; невідповідність товару вимогам нормативно-правових актів; невідповідність документів, які супроводжують товар, зміна ціни товару при його доставці та інші.

Захист прав споживачів під час Інтернет-торгівлі передбачає обов'язкове надання інформації про товар до укладення договору. Продавець має обов'язок надати споживачу достовірну, своєчасну та доступну інформацію про послуги, які надаються, тарифи на послуги, час приймання і видачі замовлень, асортимент товарів і ціни на товари, які запропоновані до продажу, години, в які доставляється замовлення за адресою, споживчі властивості товарів, строки придатності товарів до споживання або гарантійні строки та строк служби. За ненадання даної інформації продавець несе відповідальність за статтями 15 та 23 Закону України «Про захист прав споживачів» [10].

Частиною 2 статті 13 Закону України «Про захист прав споживачів» чітко визначено, що перед укладенням договору на відстані продавець зобов'язаний надати покупцю повну, достовірну та своєчасну інформацію [10]

Прикладом є рішення Київського районного суду міста Полтави № 2-2927/11 від 02 груд. 2012. Під час використання придбаного фотоапарату SONY Alpha SLT-A33L позивач (споживач) встановив, що фотоапарат обладнаний нерухомим напівпрозорим дзеркалом, а відповідач (продавець) не зазначав дану інформацію у характеристиках товару на сайті Інтернет-магазину, тобто ним було порушено частину 2 статті 13 Закону України «Про захист прав споживачів». Під час розгляду даної справи встановлено, що інформація про обладнання фотоапарату нерухомим напівпрозорим дзеркалом покупцеві не надавалася, відповідач це не заперечував, оскільки факт надання інформації має бути підтверджений письмово або за допомогою електронного повідомлення. Якщо інформація підтверджується цим способом, то вона не

може бути змінена продавцем одноособово. За рішенням суду по даній справі позовні вимоги позивача (споживача) були задоволені у повному обсязі, а договір купівлі-продажу фотоапарату, укладений на відстані, – розірваний [32].

Згідно пункту 1 частини 7 статті 15 Закону України «Про захист прав споживачів» надання недоступної, недостовірної, неповної або несвоєчасної інформації про товар та його виробника, призвело до купівлі товару, який не володіє необхідними властивостями, тому споживач має законодавчо закріплене право на розірвання договору і витребування компенсації завданої шкоди.

Захист прав споживачів під час Інтернет-торгівлі передбачає також можливість повернення товару протягом чотирнадцяти днів з моменту укладення договору, не рахуючи дня купівлі товару. За договорами, укладеними за межами торговельних або офісних приміщень споживач має право на розірвання договору за умови повідомлення про це продавця протягом 14 днів від дня отримання документа, що підтверджує факт вчинення правочину за межами торговельних або офісних приміщень чи прийняття поставки товару, за дотримання умови, що такий товар є річчю.

В разі продажу товару за межами торговельних або офісних приміщень продавець має повернути сплачені покупцем кошти протягом не більше, ніж 30 днів з моменту повідомлення покупцем продавця щодо наміру розірвання договору.

Покупець має право не повертати товар до повернення йому сплачених коштів.

Договір, укладений за межами торгівельних приміщень, може передбачати пункт про те, що товар, надісланий покупцю поштою, має бути повернений продавцю також поштою. Витрати ж на повернення товару засобами поштового зв'язку покладаються повністю на продавця. Покупець може повернути товар лише якщо він перебуває у незмінному стані. Якщо товар знищений, пошкоджений або зіпсувався не з вини споживача, якщо його

вартість зменшилася внаслідок відкриття упаковки або огляду, перевірки товару, то споживач має право на повернення товару.

У разі неповернення продавцем покупцеві сплачених коштів протягом встановленого законом строку або у разі несвоєчасної заміни товару на аналогічний належної якості, покупцеві сплачується неустойка в розмірі 1% від ціни товару за кожний день після закінчення строку, встановленого законом [14].

Товар підлягає обміну, якщо він не використовувався покупцем, і якщо збережено його товарний вигляд, його споживчі властивості, всі пломби та ярлики, якщо покупець зберіг розрахунковий документ, виданий під час купівлі. Якщо на момент обміну аналогічного товару немає у продажу, споживач отримує право придбати будь-який інший товар з наявних за умови проведення продавцем перерахунку його ціни. Також покупець у даному разі отримує право розірвати договір та отримати назад кошти у розмірі ціни товару, що повернутий, чи обміняти товар на аналогічний як тільки він надійде до Інтернет-магазину.

Продавець користується стандартною умовою, закріпленою у будь-якому договорі, а саме: можливістю заміни товару за його відсутності іншим товаром. Ця умова реалізується за умови, що:

- 1) мета використання товару, яким замінюється замовлений товар, є тотожною;
- 2) товар має аналогічну або вищу якість;
- 3) ціна товару, яким замінюється замовлений товар, є не нижчою.

Щодо даної умови споживач обов'язково має бути попереджений продавцем перед підписанням договору.

Дарницьким районним судом м. Києва 31.03.2014 була розглянута справа №753/2792/14-ц про те, що згідно товарно-транспортної накладної та доводів позивача, він замовив через Інтернет-магазин та 06.06.2013 купив у відповідача смартфон Samsung Galaxy S 4 за ціною 6285,00 грн. Після поставки товару позивач знайшов на товарі численні дефекти, які призводять до неможливості

використання смартфона. Після виявлення дефектів позивач звернувся до представництва Інтернет магазину в місті Києві, де позивачу було відмовлено та запропоновано звернутись до міста Дніпропетровськ, де вчинялася відправка товару. Позивач звернувся до відправника та на його вимогу направив смартфон до Дніпропетровського відділення інтернет-магазину, обґрунтувавши причину повернення і вимагаючи повернення сплачених коштів. Відповідач у письмових поясненнях підтвердив факт купівлі позивачем смартфона і факт його повернення на адресу відповідача з обґрунтуванням причини повернення і вимогою повернення коштів [34].

За статтею 60 ЦПК України, кожна сторона зобов'язана довести ті обставини, на які вона посилається як на підставу своїх вимог і заперечень. У спорах про захист прав споживачів доказувати обставини, які можуть звільнити від відповідальності, зобов'язаний продавець. У справах про захист прав споживачів фактами, які необхідно доказувати, є: факт придбання продукції (замовлення послуги); факт надання інформації про товар (послугу); факт надання покупцю відомостей щодо властивостей товарів та відповідності їх потребам споживача та вимогам нормативів; факт використання покупцем товару; факт заподіяння шкоди життю, здоров'ю чи майну споживача.

Згідно статті 9 Закону України «Про захист прав споживачів» споживачу гарантується повернення коштів в чотирнадцятиденний термін за товар неналежної якості. Продавець відповідає за роботу проданого товару протягом гарантійного терміну. Якщо покупець вимагає, то продавець зобов'язаний надати йому контрольно-вимірювальні прилади, документи, що підтверджують якість, безпеку, ціну товару. Експертиза визначення причин втрати якості продукції проводиться за рахунок продавця.

Згідно пункту 9 постанови Пленуму Верховного Суду України «Про практику розгляду цивільних справ за позовами про захист прав споживачів» від 12.04.1996 №5 товаром неналежної якості вважається такий, що не відповідає вимогам нормативно-правових документів, умовам договору або вимогам, що пред'являються до товару [29].

На підставі вищевикладених обставин суд дійшов висновку про порушення продавцем права споживача, про необхідність розірвання договору та повернення покупцеві сплачених за смартфон коштів [34].

Як вбачається, на споживачів покладається обов'язок самостійно перевіряти доброчесність споживача.

Тому, на наше переконання, при купівлі товарів через мережу Інтернет споживач-покупець обов'язково має звернути увагу на:

1. Репутацію та добросовісність продавця. Якщо доступна вся необхідна інформація про продавця, то покупець має можливість перевірити його наявність у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань на сайті Міністерства юстиції України, зв'язатися з продавцем, витребувати додаткові документи, прочитати відгуки про продавця у мережі Інтернет.

2. Інформацію про товар та про його виробника. Перед тим, як замовити товар, покупцеві необхідно ознайомитися з основними його характеристиками та вирішити, чи задовольняють вони його потреби. Необхідно вимагати у продавця гарантійний талон на товар. Купуючи техніку, покупець має перевірити документи на товар, вони повинні бути з українським перекладом (якщо українського перекладу немає, то даний товар є контрабандою, і жодних гарантій на нього немає).

3. Розмір та умови оплати товару та його доставки. Покупцеві бажано не здійснювати попередню оплату товару, а переказувати кошти продавцю лише після перевірки якості товару. Від кур'єра покупець має вимагати товарний чек з печаткою продавця, за необхідності – товарний талон та сертифікати на товар.

4. Гарантії захисту права на повернення товару. В інтересах споживачів Кабінет Міністрів України 19.03.1994 затвердив «Перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню)», до них належать, наприклад, їжа, напої, алкоголь, тютюнові вироби, ліки, медичні інструменти, прилади та апарати, предмети санітарної гігієни, постільна та натільна білизна, косметика,

парфумерія, товари для новонароджених, ювелірні вироби, друкована продукція та інше.

5. Можливість замінити товар іншим за його відсутності.

На сьогодні за статистикою найчастіше зустрічаються такі ризики купівлі товару через мережу Інтернет:

1) покупець оплатив товар, проте його не отримав, а продавець гроші повертати не збираються.

2) продавець не приймає товар назад протягом 14-ти днів.

3) продавець відмовляється ремонтувати товар по гарантії.

У випадку виникнення таких ситуацій покупець має право звернутися із заявою про шахрайство до поліції, до Державної служби України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів або з письмовою претензією до продавця з розрахунком суми пені, а після його відмови – до суду з позовом (судовий збір за подання позовної заяви про захист прав споживачів не сплачується).

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В результаті нашого дослідження, виконаного на основі аналізу чинного законодавства України та практики його застосування, теоретичного осмислення ряду наукових праць в різних галузях знань, нами сформульовано ряд висновків, пропозицій та рекомендацій, спрямованих на удосконалення споживчого законодавства. Основні з них такі:

1. В національному законодавстві існує певна колізія, щодо визначення статусу «споживача». Вирішення проблеми теоретичного визначення поняття «споживач» можливе методом його тлумачення в економічному (широкому) та юридичному (вузькому) значенні. З економічної точки зору споживачем є особи чи організації, які споживають продукцію будь-якого виробництва чи будь-якої діяльності, у вузькому ж розумінні споживач – це лише фізична

особа, згідно Закону України «Про захист прав споживачів». Тому зазначаємо те, що норми Закону України «Про захист прав споживачів» не можна застосовувати до юридичної особи; фізичних осіб-підприємців, що здійснюють замовлення чи використання товарів, робіт для здійснення підприємництва.

2. Аналіз правового статусу дозволяє віднести правовий статус споживача до числа спеціальних правових статусів, що належать суб'єктам окремої соціальної групи, виділеної за такою ознакою, як їх особлива соціальна роль, обумовлена необхідністю їхнього спеціального захисту державою шляхом створення додаткових гарантій охорони прав і законних інтересів, викликана необхідністю усунення економічної нерівності контрагентів. На основі цього, правовий статус споживача, являє собою закріплене законодавством про захист прав споживачів особливе правове положення особи, що придбаває (або має намір придбати) або використовує продукцію винятково для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника.

3. Базові права людини – це міра можливої поведінки людини, встановлена та гарантована законом, яка забезпечує існування та розвиток людини та закріплена на міжнародному рівні для кожної людини і громадянина. До базових прав споживачів відноситься право на: охорону державою; отримання необхідних знань; належну якість продукції та якість обслуговування; безпечність продукції; необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію на державній мові, її якість, асортимент, виробника (про виконавця або продавця); відшкодування шкоди у разі завдання її дефектною чи фальсифікованою продукцією або продукцією неналежної якості, відшкодування майнової та моральної шкоди, яка завдана продукцією, небезпечною для життя і здоров'я людей у випадках, встановлених законом; обслуговування державною мовою; звернення до суду або уповноважених органів державної влади за захистом порушеного права; об'єднання в громадські організації споживачів.

4. Споживачі мають різні дифузні інтереси. Можна виокремити різні категорії споживачів, які об'єднуються, специфікою своїх відносин та їх різнорідністю, проте все одно спрямовують свою діяльність на задоволення однакового інтересу. Для забезпечення реалізації дифузних прав споживачів необхідно удосконалити чинне законодавство про захист прав споживачів, чітко врегулювавши в ньому ряд спірних чи застарілих норм: додавши визначення ряду процесів та понять, удосконаливши механізм надання гарантії на товар, врегулювавши діяльність суб'єктів електронної комерції. Варто впровадити інститут колективних позовів для захисту прав споживачів. Як свідчить досвід Європейських країн, таке впровадження буде дієвим запобіжником для порушень підприємцями та великими корпораціями прав споживачів, а також зменшить навантаження судів щодо розгляду велику кількість однакових скарг проти порушника.

5. При купівлі товарів через мережу Інтернет покупець обов'язково має звернути увагу на: репутацію та добросовісність продавця, інформацію про товар та про його виробника, розмір та умови оплати товару та його доставки, гарантії захисту права на повернення товару, можливість замінити товар іншим за його відсутності. У випадку виникнення таких ситуацій покупець має право звернутися із заявою про шахрайство до поліції, до Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів або з письмовою претензією до продавця з розрахунком суми пені, а після його відмови – до суду з позовом.

З метою удосконалення чинного законодавства України з питань захисту прав споживачів пропонуємо внести зміни та доповнення до деяких законодавчих актів України, а саме:

- в Законі України «Про захист прав споживачів» (п. 22 ст. 1) визначити суб'єктами, що підпадають під поняття «споживача», не тільки фізичних осіб, а й юридичних осіб та фізичних осіб, що займаються підприємницькою діяльністю та які придбавають, замовляють, використовують або мають намір придбати чи замовити товари (роботи, послуги) для власних потреб не

пов'язаних зі здійсненням підприємницької діяльності і отриманням в подальшому прибутку від здійснення даного правочину;

- внести зміни до діючого Цивільного кодексу України, надавши покупцеві, який придбаває товар за договором роздрібної купівлі-продажу, більшу кількість базових споживчих прав, а саме: абзац 2 частини 1 статті 707 Цивільного кодексу України необхідно викласти у наступній редакції: «Якщо у продавця немає необхідного для обміну товару, покупець має право або придбати будь-які інші товари з наявного асортименту з відповідним перерахуванням вартості, або розірвати договір та одержати назад гроші у розмірі вартості повернутого товару, або здійснити обмін товару на аналогічний при першому ж надходженні відповідного товару в продаж. Продавець зобов'язаний у день надходження товару в продаж повідомити про це споживача, який вимагає обміну товару»;

- переглянути проект Закону України «Про захист прав споживачів» (у новій редакції), який був розроблений в 2019 році, врахував кращі дієві практики ЄС, та розміщений для обговорення на сайті Міністерства економіки, торгівлі та сільського господарства;

- переглянути проект Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо групових позовів про захист прав споживачів, права на безпечне для життя та здоров'я навколишнє природне середовище», яким запропоновано запровадити у цивільному процесі інститут групового позову для споживачів.

Зазначені пропозиції щодо захисту прав споживачів можуть бути імplementовані до законодавства України, а також можуть використовуватись у правозастосовній діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України від 28 черв. 1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 14.09.2020).

2. Статут Організації Об'єднаних Націй від 26 червн. 1945 : Міжнародний документ. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_010#Text (дата звернення: 02.08.2020).

3. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод від 04 лист. 1950 : Електронний ресурс. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/995_004 (дата звернення: 10.08.2020).

4. Міжнародний пакт про громадянські і політичні права від 16 груд.1966.
URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_043#Text (дата звернення: 02.08.2020).
5. Господарський кодекс України від 16 січ. 2003. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 03.08.2020).
6. Цивільний кодекс України від 16 січ. 2003. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 03.08.2020).
7. Про електронні довірчі послуги : Закон України від 05 жовт. 2017 №2155-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text> (дата звернення: 14.09.2020).
8. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22 трав. 2003 №851-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text> (дата звернення: 14.09.2020).
9. Про електронну комерцію : Закон України від 03 верес. 2015 №675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 14.09.2020).
10. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 трав.1991 №1023-XII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 03.08.2020).
11. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів : Закон України від 06.12.2018 № 2639-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19#Text> (дата звернення: 20.10.2020).
12. Про рекламу : Закон України від 03 лип. 1996 №270-96/ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 14.09.2020).
13. Про стратегію сталого розвитку «Україна-2020» : Указ Президента України від 12 січ. 2015 №5/2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#Text> (дата звернення: 17.11.2020).
14. Про реалізацію окремих положень Закону України «Про захист прав споживачів» : Постанова Кабінету Міністрів України від 19 бер. 1994

№172. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/172-94-%D0%BF#Text> (дата звернення: 08.08.2020).

15. Порядок надання послуг конфіденційного зв'язку органам державної влади та органам місцевого самоврядування, державним підприємствам, установам та організаціям, затверджений постановою КМУ від 11 жовт. 2002 № 1519. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1519-2002-%D0%BF#Text> (дата звернення: 14.09.2020).

16. Про затвердження правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями : наказ Міністерства економіки від 19 квіт. 2007 № 103. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1181-07#Text> (дата звернення: (08.08.2020).

17. Про деякі питання захисту прав споживачів : Лист Міністерства економічного розвитку і торгівлі України № 3502–05/43517–14 від 19 лист. 2012. Київ: Відомості Верховної Ради України, 2012. С. 3.

18. Амстердамський Договір від 10 лист.1997. Офіційний вісник С. 340, 1997. С. 1–308.

19. Договір про Європейський Союз від 29 лип. 1992. Офіційний вісник С 191, 1992. С. 1–112.

20. Договір про Європейський Союз. Консолідована версія від 16 жовт. 2012. Офіційний вісник С 326, 2012. С. 1–368.

21. Договір про заснування Європейської Спільноти від 01 січн. 2005. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_017#Text (дата звернення: 01.09.2020).

22. Договір про функціонування Європейського Союзу від 26 жовт. 2012. Офіційний вісник С 326, 2012. С. 47–390.

23. Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема електронної комерції на внутрішньому ринку : Директива Європейського союзу, 2000. № 2000/31/ЄС. URL: <http://old.minjust.gov.ua/45878> (дата звернення: 02.08.2020).

24. Про дистанційний маркетинг споживчих фінансових послуг та внесення змін до Директиви Ради 90/619/ЄЕС та Директив 97/7/ЄС та 98/27/ЄС : Директива, 2009. № 2008/122/ЄС. URL: <http://old.minjust.gov.ua/45878> (дата звернення: 02.08.2020).

25. Про захист споживачів стосовно певних аспектів контрактів з таймшер (право володіння майном протягом відведеного часу), довгостроковими продуктами, пов'язаного з відпусткою, повторного продажу та обміну : Директива Європейського Союзу, 2009. №2008/122/ЄС. URL: <http://old.minjust.gov.ua/45878> (дата звернення: 02.08.2020).

26. Про права споживачів : Директива Європейського парламенту та Ради від 25 жовтн. 2011 №2011/83/ЄС, 2011. С. 44.

27. Про універсальну послугу та права користувачів стосовно електронних мереж зв'язку і послуг : Директива Європейського Союзу, 2002. №2002/65/ЄС. URL: <http://old.minjust.gov.ua/45878> (дата звернення: 02.08.2020).

28. Хартія основних прав Європейського Союзу від 18 груд. 2000 Р. Офіційний вісник ЄС С 364, 2000. С. 1–22.

29. Про практику розгляду цивільних справ за позовами про захист прав споживачів : Постанова Пленуму Верховного Суду України від 12 квіт. 1996 № 5. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/v0005700–96> (дата звернення: 08.08.2020).

30. Про практику розгляду цивільних справ в порядку нагляду : Постанова Пленуму Верховного Суду України від 26.01.1990 №2. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0002700-90#Text> (дата звернення: 14.09.2020).

31. Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним зверненням громадянина Степаненка Андрія Миколайовича щодо офіційного тлумачення положень пунктів 22, 23 статті 1, статті 11, частини восьмої статті 18, частини третьої статті 22 Закону України "Про захист прав споживачів" у взаємозв'язку з положеннями частини четвертої статті 42 Конституції України (справа про захист прав споживачів кредитних

послуг) від 10 лист. 2011 Справа №1-26/2011. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v015p710-11#Text> (дата звернення: 14.09.2020).

32. Рішення Київського районного суду м. Полтави від 02 груд. 2012, судова справа № 2-2927/1. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/19596512> (дата звернення: 14.09.2020).

33. Рішення Лубенського міськрайонного суду Полтавської області від 04 черв. 2009, судова справа №2-9/2009р. URL: <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/7781776> (дата звернення: 14.09.2020).

34. Справа № 753/2792/14-ц від 31 бер.2014: інформація з ЄДРСР. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/38096900> (дата звернення: 09.08.2020).

35. Рішення Суду ЄС від 10.12.2002 р. в справі № C-491/01 The Queen v. Secretary of State for Health, ex parte British American Tobacco (Investments) Ltd and Imperial Tobacco Ltd., п. 58–62.

36. Рішення Суду ЄС від 30 лип.2008 р. Commission Staff Working Document, Accompanying document to the Proposal for a directive on consumer rights: Executive summary of the Impact Assessment, 2008, С. 12.

37. Рішення Суду ЄС від 22 трав. 2012 р. Communication from the European Commission, A European Consumer Agenda : Boosting confidence and growth, 2012, 225 final.

38. Опитування споживачів ВФС «ПУЛЬС» у 2017р. URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/2017.ua-eu-assoc.consumer-protection.pdf> (дата звернення: 01.09.2020).

39. Байко Р.Р., Васильєва Л.І. Захист прав споживачів в Європейському Союзі в контексті наближення українського законодавства до європейських стандартів : Електронний ресурс. URL: https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2016/04/FEAO_Zahyst_prav_A5_web.pdf (дата звернення: 03.08.2020).

40. Бородачова Н.В., Микитенко Л.А. Модель державного органу з реалізації споживчої політики та захисту прав споживачів в контексті європейської інтеграції. Право і суспільство. 2018. №3 С. 10–16.
41. Венедіктова І. В. Категорія охоронюваного законом інтересу в цивільному праві України : підручник. Київ : Освіта, 2013. № 1. С. 146–158.
42. Григоренко С.М. Специфика гражданско-правового статуса индивидуального предпринимателя : Юридический вестник. 2001. № 1. С.34-37.
43. Дудла І.О. Захист прав споживачів : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 448 с.
44. Европейская политика соседства и переговоры о расширении: офіційний портал ЄС: Електронний ресурс. URL: http://ec.europa.eu/enlargement/policy/glossary/terms/acquis_en.htm (дата звернення: 03.08.2020).
45. Загальна психологія: Електронний ресурс. URL: http://pidruchniki.com/14550428/psihologiya/zagalna_psihologiya (дата звернення: 11.08.2020).
46. Іваненко Л.М., Язвінська О.М. Захист прав споживачів : підручник. Київ : Юрінком Інтер, 2014. 496 с.
47. Косінов С.А. Теоретичні проблеми захисту прав споживачів в Україні за договором купівлі-продажу : автореф. дис. канд. юрид. наук: 12.00.03. Харків, 1999. 20 с.
48. Лащак В.В., Лащак Т.В. Система захисту прав споживачів у провідних країнах світу : наукові записки «Острозької академії». Острог: «Острозька академія», 2014. №25. С. 15-18.
49. Микитенко Л.А. Парадигма забезпечення права споживача на інформацію. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. №1. С. 47-55.
50. Міжнародні договори України, декларації, документи. Права людини. Загальна декларація прав людини 1948 року / за ред. Ю. К. Качуренко. 2-е вид. Київ: Юрінформ, 1992. 200 с.

51. Осетинська Г.А. Цивільно-правовий захист прав споживачів за законодавством України : автореф. дис. канд. юрид. наук: 12.00.03. Київ, 2006. 20 с.
52. Письменна О. П. Деякі аспекти правового забезпечення прав споживача. Держава і право : зб. наук. праць. Київ: Освіта, 2006. №31. С. 297–301.
53. Письменна О. П. Захист прав споживачів у торгівельній сфері : автореф. дис. канд. юрид. наук. Одеса: ОНЮА, 2008. 21 с.
54. Письменна О.П. Правовідносини, що виникають у зв'язку з порушенням прав споживачів внаслідок недоліків товарів, робіт (послуг) : автореф. дис.канд. юрид. наук. Одеса: ОНЮА, 2007. URL: <http://mydisser.com/ru/catalog/view/6/44/2588.html> (дата звернення: 02.08.2020).
55. Про захист прав споживачів : Науково-практичний коментар закону України/ за ред. Д.Журавльова. Київ: Професіонал, 2019. 352 с.
56. Ровный В.В. О категории «правовой модус» и ее содержании // Государство и право, 1998. № 4. С. 87-89.
57. Старицька О.О. Теоретико-правова проблематика визначення поняття «споживач». Альманах права. Право розуміння та право реалізація: від теорії до практики : наук.-практ. юр. журнал.: Інститут держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2011. № 2. С. 276 – 279.
58. Харитонов Є. О. Теоретичні підходи до характеристики цивільного інтересу як об'єкта правового захисту. Проблеми здійснення та захисту суб'єктивних цивільних прав: наук. посіб. Київ: Юрінком, 2013. 236 с.
59. Черняк О.Ю. Класифікація прав споживачів за законодавством України та Європейського союзу : Електронний ресурс. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/FP/2008-2/08coytes.pdf> (дата звернення: 03.08.2020).
60. Шишка Р. Б. Засади посилення охорони прав споживачів : університетські наукові записки, 2007. № 2 (22). С. 164–169.

61. Europe 2020 : A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth. URL: <http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf> (дата звернення: 01.09.2020).
62. Consumer Defense Code law №8078 AS OF SEPTEMBER 11, 1990. URL: <http://www.procon.sp.gov.br/texto.asp?id=745> (дата звернення: 10.08.2020).
63. Cappelletti M. (1975). Governmental and private advocates for the public interest in civil litigation: A comparative study. Michigan Law Review, 73, 79388475 URL: [http://www.treccani.it/enciclopedia/accessoallagiustizia_\(Enciclopedia_delle_sienze_sociali\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/accessoallagiustizia_(Enciclopedia_delle_sienze_sociali)/) (дата звернення: 10.08.2020).
64. Alpa G. Consumatore, tutela del. URL: <http://www.treccani.it/> (дата звернення: 11.08.2020).
65. Bade M. Influencing policy in the European Union: interest groups and trafficking in women. Hannover, 2004. 46 p. 69.
66. Pollack M. A. Representing diffuse interests in EU policymaking // Journal of European Public Policy. Vol. 4, Issue 4, 1997. P. 572–590.
67. Iudica G. Diritti Diffusi. URL: [http://www.treccani.it/enciclopedia/dirittidiffusi_\(Enciclopedia_del_Novecento\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/dirittidiffusi_(Enciclopedia_del_Novecento)/) (дата звернення: 11.08.2020).
68. Ada Pellegrini Grinover. The defense of the transindividual interests: Brazil and Iberoamerica. URL: <http://globalclassactions.stanford.edu/> (дата звернення: 11.08.2020).
69. Fredie Didier Jr. Class actions and collective defendant legal situations. URL: http://www.civilprocedurereview.com/busca/baixa_arquivo.php?id=14& (дата звернення: 11.08.2020).
70. Di Martino, Riccardo. Tutela dei consumatori: storia e strumenti e tecniche di attuazione. La vendita dei beni di consumo. URL: http://www.fedoa.unina.it/2653/1/Di_Martino_Scienza_Politica_e_Istituzioni_in_Europa.pdf (дата звернення: 12.08.2020).

