

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного, цивільного та комерційного права

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ЗА ДОГОВОРОМ РОЗДРІБНОЇ
КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ**

Студентки 2 курсу, 9-м групи,
спеціальності 081 «Право»
спеціалізації «Цивільне право
і процес»

Діденко Діана
Шахваладівна

Науковий керівник
к.ю.н., доц.

Тищенко Юлія
Вікторівна

Гарант освітньої програми
д.ю.н.

Примак Володимир
Дмитрович

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ЗА ДОГОВОРОМ РОЗДРІБНОЇ КУПІВЛІ ПРОДАЖУ	
1.1. Договір роздрібної купівлі-продажу як засіб регулювання відносин за участю споживачів	6
1.2. Права споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу та їх місце у системі суб'єктивних цивільних прав.....	13
РОЗДІЛ 2 ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ЗА ДОГОВОРОМ РОЗДРІБНОЇ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ	
2.1. Поняття та підстави захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу.....	22
2.2. Форми захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі- продажу.....	31
2.3. Способи захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі- продажу	42
2.4. Захист прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу, укладеним за допомогою електронних ресурсів.....	49
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Роздрібна торгівля – один із найоб’ємніших секторів як вітчизняної так і світової економіки. Актуальність тематики зумовлена тим, що останнім часом розширюються можливості та форми торгівлі, включаючи спільні покупки, покупки в інтернеті тощо. Все це зумовлює необхідність швидкого пристосування законодавства задля врегулювання відносин між продавцем та споживачем, враховуючи як правові позиції Верховного суду, так і судову практику.

Окрім того, підписавши Угоду про асоціацію з ЄС, Україна взяла на себе зобов’язання забезпечити якісний рівень захисту прав споживачів, переймаючи та обмінюючись досвідом з ЄС щодо всіх аспектів захисту – від інформування споживачів про їхні права, застосування ринкового нагляду до надання можливості розвитку асоціацій споживачів, впровадження нових технологічних можливостей та ін.

Українське законодавство у сфері захисту прав споживачів досить докладно регламентує різноманітні відносини, що складаються у процесі реалізації товарів між споживачем та продавцем. Проте, форма таких відносин стрімко розвивається, постійно з’являються нові способи реалізації товарів, навіть такі, при яких не потрібно особистої присутності споживача в місцях стаціонарної торгівлі, коли споживчий договір укладається шляхом використання дистанційних засобів зв’язку тощо. Відповідно, вітчизняне законодавство потребує вдосконалення для того, щоб споживач, як слабка сторона, безперешкодно міг реалізовувати свої права.

Окремо слід зазначити, про правове забезпечення прав споживачів, в тому числі і в сфері договорів купівлі-продажу, в аспекті реалізації Концепції оновлення Цивільного кодексу України та формування реальної й ефективної ринкової економіки як невід’ємної складової громадянського суспільства.

Названі обставини зумовили вибір теми випускної кваліфікаційної роботи.

Теоретичну основу для проведення даного дослідження склали праці таких вчених як: К. І. Антонюк [34], В. Я. Горблянського [36], Г. О. Ільченко [43], Л. А.

Микитенко [49], О. О. Полуніної [55], Є. О. Ружицької [57], І. М. Станкової [61], Г. Б. Яновицької [68] та інших.

Дослідження наукових праць даних вчених правників дозволили нам узагальнити загальний стан законодавства, виявити проблематику, яка виникла на сьогоднішній день та запропонувати деякі шляхи вдосконалення законодавства щодо захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу.

Метою дослідження є виявлення і теоретичне осмислення основних проблем захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу, а також обґрунтування пропозиції щодо вдосконалення законодавства з даного питання.

Метою роботи зумовлено виконання таких **завдань**:

- Встановити сутність договору роздрібної купівлі-продажу як засобу регулювання відносин за участю споживачів;
- Визначити права споживачів у договорі роздрібної купівлі-продажу;
- Дослідити підстави захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу;
- Проаналізувати форми та способи захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу;
- Охарактеризувати захист прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу, укладеним за допомогою електронних ресурсів.

Об'єктом дослідження є цивільно-правові відносини, які виникають у сфері захисту прав споживачів за договорів роздрібної купівлі-продажу.

Предметом дослідження є захист прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу.

Методи дослідження. Методологічною основою обрано сукупність загальнонаукових та спеціальних методів наукового пошуку. Універсальний діалектичний метод дозволив розглянути правові явища і процеси у розвитку та взаємозв'язку, виявити загальні тенденції та закономірності, особливості цивільно-правового захисту прав споживачів у договорі роздрібної купівлі-

продажу. Застосовувалися також дедуктивний метод, який допоміг розглянути питання захисту прав споживачів в послідовності від загального до часткового; порівняльно-правовий – для вивчення співвідношення законодавчих актів, що регулюють споживчі відносини в купівлі-продажу; формально-логічний – для обґрунтування змін, що пропонуються внести до вітчизняного законодавства в сфері захисту прав споживачів в договорах роздрібної купівлі-продажу.

Наукова новизна полягає у дослідженні правового регулювання захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу, з'ясуванні практичних проблем захисту таких прав, формулюванні пропозицій щодо вдосконалення відповідного законодавства.

Деякі питання, які розглядаються у даній випусковій кваліфікаційній роботі було викладено у науковій статті: Діденко Д. Ш. «Захист прав споживачів за електронним договором роздрібної купівлі-продажу», що опублікована у збірнику наукових статей «Цивільне та комерційне право: виклики сьогодення». К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. С. 24-31.

Практична цінність одержаних результатів полягає в тому, що сформульовані та обґрунтовані теоретичні положення, висновки та пропозиції можуть бути використані для вдосконалення вітчизняного законодавства у сфері правового регулювання захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу, а також в учбовому процесі в юридичних навчальних закладах.

Структура роботи зумовлена метою і завданнями дослідження і включає вступ, два розділи, які містять шість підрозділів, висновки та пропозиції, а також список використаних джерел, що налічує 76 найменувань. Повний обсяг роботи становить 73 сторінки, обсяг основного тексту – 52 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ЗА ДОГОВОРОМ РОЗДРІБНОЇ КУПІВЛІ ПРОДАЖУ

1.1. Договір роздрібної купівлі-продажу як засіб регулювання відносин за участю споживачів

Роздрібна торгівля – це вид господарської діяльності, під час якої реалізується продукція кінцевим споживачам для їх власного або домашнього користування. Реалізація споживачами свого права на отримання певних благ здійснюється за допомогою укладання відповідних цивільно-правових договорів. Одним з яких є договір роздрібної купівлі-продажу, що безпосередньо відображує обіг матеріальних благ перед їх кінцевим споживанням.

Наразі відповідно до статті 698 Цивільного кодексу України (далі – ЦК України) договір роздрібної купівлі-продажу – це договір, за яким продавець, що здійснює підприємницьку діяльність з продажу товару, зобов’язується передати покупцеві товар, призначений для особистого, домашнього або іншого використання, не пов’язане з підприємницькою діяльністю, а покупець зобов’язаний прийняти і оплатити його [3]. Цей договір є різновидом зобов’язальних правовідносин.

Наразі Концепція оновлення ЦК України містить параграф 5.34, що передбачає диференціацію договірних зобов’язань на комерційні та споживчі, що позитивно сприятиме оновленню правових конструкцій у сфері споживчих відносин [42].

Даний договір за своєю природою належить до публічних договорів відповідно до пункту 2 статті 698 та статті 699 ЦК України. Це означає, що продавець розміщує в певному джерелі інформації (журнал, газета, реклама тощо) пропозицію до осіб, коло яких не є визначеним. Окрім того, така пропозиція має містити істотні умови договору. Наразі особливостями такої пропозиції є те, що вона не обов’язково має бути зафіксована на паперовому

носії, а може бути викладена і за допомогою електронних ресурсів.

Визначення публічності договору є однією з найхарактерніших особливостей даного договору та вирізняє з-поміж інших схожих видів договорів.

Характерною особливістю договору роздрібної купівлі-продажу є те, що він визначає умови продажу між роздрібним магазином та покупцем.

Основними правовими регуляторами даного договору виступають ЦК України, Закон України «Про захист прав споживачів» [6] та, для договорів укладених за допомогою електронних ресурсів, - Закон України «Про електронну комерцію» [7].

Зокрема, Закон України «Про захист прав споживачів» врегульовує 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.

Дослідивши основні аспекти законодавства у сфері правового регулювання роздрібної купівлі-продажу можна виділити ряд певних особливостей (ознак), що характеризують даний договір як самостійний.

1. Публічність. Дана норма підтверджується пунктом 2 статті 698 та статтею 699 ЦК України.

Укладання договору роздрібної купівлі-продажу товарів складається з двох стадій – оферти та акцепту. Характерною особливістю такого договору є виокремлення саме публічної оферти, тобто підприємець, що здійснює продаж товарів, не має переваги у виборі покупця, а, отже, не може відмовити у продажі товару певному споживачеві [3].

Публічна оферта не містить жодних вимог щодо її форми. Отже, вона може виражатися як за допомогою конклюдентних дій (безпосередньо у магазині), усно, так і письмово (направленням стороні листу оферти, розміщенням реклами у журналі тощо). Ця ознака виокремлює даний вид договору з-поміж інших.

Дану думку виражає Г.А. Осетинська, яка вважає, що найголовнішою

особливістю договору роздрібної купівлі-продажу є те, що підприємці роздрібної торгівлі, пропонують укласти такий договір усім [51, с.11].

Зазвичай можна зустріти продавців товару, які неохоче прагнуть продати свій товар з декількох причин – вони не є володарями товару і отримують фіксовану заробітну платню або не хочуть відповідати на питання щодо якісних характеристик товару через його ймовірно низку якість тощо. Хоча це і не вважається прямою вказівкою на порушення норм публічності, проте неопосередковано її виражає. Хоча відповідно до пункту 19 Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 року № 833, забороняється безпідставне вилучення, приховання або затримання реалізації виставлених для продажу товарів [14].

Водночас, через малозначність таких справ, у судовій практиці їх майже не існує, тому важко охарактеризувати дане явище як проблемне.

2. Суб'єктний склад. Суб'єктами даного договору виступає продавець та покупець.

Продавцем виступає лише суб'єкт підприємницької діяльності, а покупцем завжди є фізична особа. Кожен з них має взаємні права та обов'язки.

Даний суб'єктний склад дещо відрізняється від звичайного договору купівлі-продажу. Фізичні особи виступають суб'єктами договору маючи достатній рівень цивільної дієздатності та кінцеву мету придбання товару – споживче використання.

3. Побудова статті 698 ЦК України визначає даний договір як реальний. А саме тому права та обов'язки з приводу товару виникають, в більшості випадків, при реальній передачі речі. Проте дану характеристику неможливо застосувати до договорів роздрібної купівлі-продажу, що укладенні у мережі інтернет або за допомогою дистанційних способів.

4. Особлива мета укладання договору – покупка товару для споживчого використання. До такого використання можна віднести особисті, сімейні та побутові потреби, не пов'язані з підприємницькою або іншою неспоживчою

діяльністю. Дана мета вирізняє договір роздрібної купівлі-продажу від інших різновидів договору купівлі-продажу. Внаслідок цього покупець набуває статусу споживача та користується всіма правами споживача, які закріплені у законодавстві.

5. Оскільки всі умови договору визначені продавцем заздалегідь та в односторонньому порядку, покупцю залишається лише погодитись на ці умови та укласти договір або не погодитися та не укласти. Отже, цей договір вважається договором приєднання.

Важливим елементом дійсності будь-якого цивільно-правового договору є момент його укладання.

Договір не може бути укладено без визначення всіх його істотних умов. Відповідно до частини 1 статті 638 ЦК України істотними умовами договору є умови про предмет договору, умови, що визначені законом як істотні або є необхідними для договорів даного виду, а також усі ті умови, щодо яких за заявою хоча б однієї зі сторін має бути досягнуто згоди [3]. Такими є умови про предмет та ціну.

Хоча роздрібні договори різняться залежно від залучених сторін та предмета, що купується, усі вони повинні містити конкретну інформацію, щоб зробити договір юридично чинним. Наприклад, договір повинен містити опис товару або предметів, ціну та кількість товарів та дату угоди. Крім того, слід включити умови продажу та будь-які інші умови чи вимоги. Інформація про те, чи можна змінити або переглянути договір у майбутньому, наприклад, якщо покупець хоче повернути товар, також є важливим компонентом.

Серед науковців також ведуться дискусії з приводу предмету договору.

Вдалою, на наш погляд, є позиція М. М. Гудими, який вказує, що поєднання дій та майна, об'єктів навколишнього світу як складників предмета договору дозволить однозначно виокремити договірні типи та види в теорії цивільного права та визначити вид кожного укладеного цивільно-правового договору. Тому тільки наявність цих двох елементів у визначенні предмета договору може дати вичерпну інформацію про будь-який договір [37, с. 185].

Серед науковців існують різні думки і з приводу змісту предмету договору. Більшість з них погоджуються з думкою про те, що до предмета договору слід відносити товар, тобто матеріальний об'єкт, який підлягає продажу.

Ми погоджуємося з думкою А. Паснок, яка зазначає, що фундаментальною істотною умовою є предмет договору, який окрім самого товару має включати і дії кожної зі сторін як мету передачі та прийняття такого товару [54].

Окрім того, розглядаючи дане питання у контексті відповідності нормам ЄС, слід зазначити, що українське законодавство передбачає заміну товару, зменшення ціни або розірвання договору у випадку, якщо такий товар має істотний недолік, тоді як Директива ЄС 1999/44/ЄС дозволяє заміну і у випадку невідповідності товару договору.

Ми вважаємо, що дану норму слід перейняти і в українське законодавство для розширення можливостей та прав споживача [76].

Певні недоліки містяться і у питанні строку відповідальності продавця за невідповідність товару умовам договору. Директивою зазначено мінімальний строк за брак відповідності нового товару розміром у два роки з моменту передачі нового товару і один рік за товар, що вже був у використанні, що також на нашу думку має бути перейнято у частині 2 статті 8 Закону України «Про захист прав споживачів» [6].

Аналізуючи положення законодавства, ми дійшли висновку, що до предмету договору роздрібної купівлі-продажу у якості матеріальних речей слід додати і такі, як грошові кошти, оскільки вони також підлягають купівлі-продажу, як у випадку з іноземною валютою.

Предмет та мета договору роздрібної купівлі-продажу дозволяють дійти висновку, що до даного договору застосовуються положення законодавства про захист прав споживачів.

Не менш важливою істотною умовою договору роздрібної купівлі-продажу є ціна. Безперечно основною її характеристикою є те, що ціна має бути однаковою для всіх, за винятком тих, кому законом надано пільги на покупку певних категорій товарів.

Слід зазначити, що основною проблемою наразі є те, що роздрібні ціни на товари не мають достатньо чітко встановленої форми визначення. Проявом цього можуть бути торгівельні мережі (так звані ретейлери) – де ціна на ціннику в товарному залі та на касі відрізняється; ринок – де ціна не вказується на паперовому носії; інтернет-магазини – де взагалі не вказується ціна, а сама ціна зазначається при індивідуальній бесіді та встановлюється залежно від оцінки матеріального стану потенційного покупця. Все це є прикладом обману споживача та порушення його прав.

Отже, визначаючи поняття роздрібного договору купівлі продажу, як споживчого договору, звернемося до доктринальних джерел в цій сфері.

Один із науковців І. І. Банасевич, досліджуючи дане питання, зазначив, що споживчим договором є певна система волевиявлень, за яким продавець реалізує товар споживачеві – фізичній особі для задоволення своїх особистих потреб, не пов'язаних з виконанням професійних обов'язків [35, с. 77].

До такого виду договору належить не тільки договір купівлі-продажу, а й договір підряду, договір електропостачання, договір купівлі-продажу нерухомості тощо, що визначає це поняття, яке узагальнює всі ці види договорів, які зазначені вище.

Ще однією характерною особливістю даного договору є його форма укладання. Проаналізувавши положення ЦК України щодо волевиявлення на укладення договору роздрібної купівлі-продажу, ми дійшли висновку, що хоча цей договір і належить до тих, що укладаються в усній та письмовій формі, проте це положення може змінюватися залежно від різновиду договору. Наприклад, укладення договору в мережі Інтернет може відбуватися і у формі конклюдентних дій.

Норми Директиви 97/7/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про захист прав споживачів» у дистанційних контрактах від 20 травня 1997 р [31] вказують на момент укладення договору, який визначає продавець у своїй оферті. Таким видом оплати може зустрічатися як попередня оплата, так і так звана післяплата товару. Саме на цьому ґрунтується момент видачі розрахункового документа та

момент укладення договору.

В першому випадку цей момент визначається акцептом (тобто у формі певних дій – оформленням замовлення, заповненням бланку замовлення тощо), у другому – моментом оплати товару.

У випадку укладення усного договору між сторонами, досить важливим моментом є часовий проміжок між самим укладенням договору та його виконанням. Оскільки ці дві дії не завжди можуть співпадати, слід додати певних гарантій для обох сторін у вигляді оформлення письмового документа у довільній формі, як це дозволяє частина 2 статті 206 ЦК України.

Отже, договір роздрібної купівлі-продажу, із врахуванням всіх особливостей, розглянутих вище, можна виокремити в специфічний вид договору купівлі-продажу. Дані особливості пов'язані з законодавчими вимогами щодо суб'єктивного складу, сфери застосування, форми, змісту, істотних умов договору та безпосередньо націлені як на захист прав споживача так реалізацію ним своїх законних прав.

Проте, поряд з цим, слід зазначити, про необхідність законодавчого закріплення прав продавця, який не менше потребує захисту від недобросовісних покупців. Так, зокрема, продавець не є достатньо захищеним від недобросовісних покупців, які зловживають положеннями законодавства про захист прав споживачів та повертають товар, який був пошкоджений внаслідок дій покупця або вживаний за його цільовим призначенням (у багатьох випадках це стосується магазинів одягу).

Отже, договір роздрібної купівлі-продажу – це вид договору, за яким одна сторона (суб'єкт підприємницької діяльності) має зобов'язання продати товар, а друга – споживач, придбати та оплатити товар з метою споживчого (особистого) використання.

1.2. Права споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу та їх місце у системі суб'єктивних цивільних прав

Сучасний етап розвитку людства характеризується бурхливим зростанням споживання товарів, результати якого стали безпосередньо складовою матеріального виробництва та об'єктами економічного обігу. Кожен з нас вступає у відносини, пов'язані з купівлею-продажем товарів, а, отже, стає споживачем та потребує ефективної системи прав.

Аналізуючи вітчизняне законодавство, слід зазначити, що ЦК України не містить поняття споживач, проте дане поняття знаходимо у Законі України «Про захист прав споживачів». Так, згідно з пунктом 22 статті 1 Закону України «Про захист прав споживача» споживачем є фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника [6].

ЦК України містить певні характеристики, які окреслюють особу споживача – йде мова про фізичних осіб як основних споживачів. У частині 3 статті 698 ЦК України зазначається, що відносини, що не врегульовані цим Кодексом, регулюються Законом України «Про захист прав споживачів».

Господарський кодекс України [5] не характеризує особу споживача як фізичну чи юридичну, проте стаття 39 опосередковано відносить споживачів до фізичних осіб.

Попри велику кількість наукових робіт з цієї тематики, думки фахівців щодо поняття споживач дещо різняться.

Досить цікавою є думка О. О. Старицької, яка зазначає, що споживачем є фізична чи юридична особа, яка реалізовує права та обов'язки з приводу придбання та використання матеріальних цінностей, попри вік, стать, громадянство та незважаючи на те, хто буде кінцевим споживачем даного товару [63].

Не менш цікавою є думка О. Єгоричевої, де споживач у широкому

розумінні – це як юридична особа, так і фізична, які придбають товари для власного споживання, тоді як у вузькому значенні – це лише фізичні особи [42, с. 48].

Ю. В. Тищенко підкреслено, що термін «споживач» вживається в різних галузях права (конституційне, цивільне, господарське) тощо та має відмінності в його розумінні, визнаючи як фізичну, так і юридичну особу споживачем. Зокрема, ми погоджуємося з думкою про те, що споживач – це саме фізична особа, людина, не ототожнена з поняттям громадянина, оскільки відповідно до конституційних відносин споживачем може бути як іноземець, так і особа без громадянства, кінцева мета якого є придбання товару для особистих потреб [64].

Говорячи про законодавство інших країн, Ю. В. Тищенко звертає увагу на країни з розвиненою ринковою економікою та вказує, що у законодавстві Великої Британії та Франції споживачем є особа-непрофесіонал, яка купляє товар з метою особистого використання [64].

Вважаємо, що ці визначення певною мірою характеризують та розкривають сутність даного поняття.

На основі зазначених вище дефініцій, нами було сформульовано власне визначення поняття «споживач».

Отже, споживач – це фізична особа, яка виступає покупцем певних благ для власного, споживчого використання, для особистих потреб. До таких осіб входять не лише громадяни України, а й іноземці, особи без громадянства, які мають рівні споживчі права та право на їх реалізацію і захист.

Законодавче встановлення переліку прав споживачів, вважаємо, є пріоритетною задачею держави з розвиненою ринковою економікою та стабільною правовою системою. На сьогодні ці суб'єктивні права є предметом таких галузей права як конституційне, цивільне, господарське, адміністративне право. Права споживачів є суб'єктивними правами кожної особи, які є невіддільним від неї та виникають у зв'язку зі вступом у відносини щодо договору роздрібної купівлі-продажу. Особливо це питання є важливим у розрізі цінностей Європейського Союзу і спрямоване на забезпечення інтересів

споживачів.

Тобто до суб'єктивного цивільного права слід віднести можливість суб'єкта обирати як діяти та у яких межах, не порушуючи при цьому кордони прав інших осіб та відповідне законодавство.

Узагальнюючи вищесказане, слід зазначити, що основа суб'єктивного цивільного права є квінтесенцією дозволеної поведінки зі сторони суб'єкта, тобто право діяти певним чином, правомочність виконання ним своїх обов'язків та захист державою від порушень такого суб'єктивного права.

Говорячи про суб'єктивне цивільне право у контексті прав споживачів, слід зазначити, що науковці по-різному їх класифікують.

На першій, так званій стадії, з якою пов'язане певне коло прав, стадії укладання договору роздрібної купівлі-продажу, виникають такі права:

1. Право на вибір товару споживачем, яке характеризується можливістю обрати з-поміж асортименту товару.
2. Право на ознайомлення з обраним товаром, що включає можливість тестування його якісних характеристик, комплекції тощо.
3. Право на інформацію товару, що включає детальну та достовірну інформацію про якість товару, модель, виробника, гарантійні властивості тощо.

Тут слід додатково зазначити, що при укладенні договору роздрібної купівлі-продажу очно особа має більше можливостей на реалізацію цих прав, ніж заочно.

Виходячи з цього, основною потребою є більш ширший доступ до інформації, що надається споживачам через інформаційні Інтернет ресурси, електронні та друковані ЗМІ, телебачення, радіо.

Як слушно зазначено В. О. Хижняком до стандартів ЄС з обов'язковості інформації щодо харчових продуктів має входити інформація про зазначення партії виробництва [66].

Це стосується не лише інформації у контексті певного товару, але й інформації про всю сукупність їх прав та інформування споживачів про якість споживчого ринку в певній галузі, щоб попередити про потенційні ризики

споживання. Також це проведення досліджень та тестувань, що проводяться незалежними групами. Проводити опитування споживачів для врахування їх думок, позицій та оцінок щодо різних аспектів реалізації споживчої політики з метою покращення законодавства як в теоретичному аспекті, так і на практиці.

Більшість зі споживачів, як показує практика, або недостатньо знають про належні їм права як споживачам, або не наважуються їх реалізувати. Особливо це стосується права на повернення товару, права на належну якість товару, право на публічність укладання договору роздрібної купівлі-продажу та ін. В даній проблемі винні не тільки споживачів, але й продавці, які часто порушують споживче законодавство. Про це свідчить і судова практика.

У цивільній справі № 569/8793/20 Позивач звернувся до суду з позовом до ТОВ «Діеса» особи підприємця ОСОБА_1 про захист прав споживачів. Свої вимоги було обґрунтовано наступним чином: 12 листопада 2018 року ним було придбано телевізор, на який діяла знижка 700 гривень. Загальна сума до сплати зі знижкою мала становити 5899 гривень, проте становила 6599 гривень.

При здійсненні покупки споживачу були поставлені умови, що знижка буде діяти тільки при додатковому замовленні налаштування ТВ. Позивач не погодився на умови, обґрунтовуючи право придбати телевізор за ціною, яка була вказана у ціннику, тобто зі знижкою. Продавець погодився на такі умови, проте замовчуванням включив до ціни за телевізор весь пакет налаштувань та деяке обладнання до телевізору. Загальна сума, яку сплатив позивач становила 7197 гривень. Позивач посилався на оману з боку продавця та неотримання інформації. Суд прийняв рішення у задоволенні позову ОСОБИ_1 до ТОВ «Діеса» та стягнув кошти з відповідача [25].

Ми погоджуємося з таким рішенням, адже приписи частини 7 статті 15 Закону України «Про захист прав споживачів» свідчать про те, що споживач має право розірвати договір у випадку ненадання доступної, достовірної та повної інформації своєчасно при придбанні продукції.

Повертаючись до класифікацій прав споживачів, вони можуть поділятися на:

- безпосередньо закріплені в законодавстві: у ЦК України та Законі України «Про захист прав споживачів» тощо;
- класифіковані за сферами правового регулювання;
- пов'язані с товаром або з обов'язком продавця.

Першою категорією відповідно до статті 8 Закону України «Про захист прав споживачів» визнаються права на:

- належне обслуговування та належну якість товару;
- необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця);
- пропорційне зменшення ціни;
- безпеку продукції;
- об'єднання в громадські організації споживачів (об'єднання споживачів);
- звернення до суду та інших уповноважених органів державної влади за захистом порушених прав;
- безоплатне усунення недоліків товару в розумний строк;
- відшкодування витрат на усунення недоліків товару;
- розірвання договору та повернення сплаченої за товар право на грошової суми;
- вимагання заміни товару на такий же товар або аналогічний, що є в наявності у продавця.

Розуміючи важливість захисту потреб та інтересів споживачів, у 1985 році Генеральною Асамблеєю ООН було прийнято «Керівні принципи ООН для захисту інтересів споживачів». Цей документ був визнаний більшістю країн світу та започаткував розвиток руху на захист прав споживачів (консюмеризм) у країнах, що розвиваються. Отже, серед них виділяються принципи, які направлені на захист прав споживачів від шкоди здоров'ю та безпеці, сприяння економічним інтересам та захист цих інтересів, право на просвіту споживачів, право на доступ до інформації, наявність ефективних процедур розгляду скарг

споживачів тощо. Окрім того, ООН не обійшли і питання екології споживання, в лютому 1999 року до тексту документу було включено питання сталого розвитку та екологічного споживання, зокрема, у розділі 3 частині D та F звертається увага на справедливий розподіл природних ресурсів та надання інформації споживачам спрямованої на можливість прийняття споживчих рішень у виборі товару та його розумного споживання [28].

Слід детально зупинитись на безпеці продукції у контексті обов'язків України, які випливають із асоціації з ЄС.

Українське законодавство відповідає основним аспектам Директиви 2001/95/ЄС про загальну безпеку продукції [30]. Положення Закону України «Про захист прав споживачів» визначає безпечною ту продукцію, яка не містить жодного ризику для життя, здоров'я, майна та навколишнього середовища.

Проте положення Директиви дозволяє наявність допустимих ризиків у випадку, якщо такі ризики є сумісними з використанням продукції, що впливає на ринок товарів шляхом збільшення можливостей для розширення ринку. При цьому в законодавстві ЄС не йдеться про безпеку майна, а безпеку навколишнього середовища лише у контексті харчових продуктів. Тобто законодавство України містить більше «безпекових» норм.

Іншим критерієм класифікації прав споживачів є критерій за сферами правового регулювання. Розрізняють права споживача у таких сферах як:

- безпека іграшок;
- безпека ліків;
- реклама, заохочення, інформування споживачів;
- якість послуг у сфері туризму;
- укладення контрактів між постачальниками та споживачами;
- транспорт;
- якість послуг, що надаються засобами телекомунікацій;
- маркування продукції;
- фінансові послуги;
- якість послуг в енергетичній сфері;

- загальна безпека продукції;
- відповідальність за недоброякісну продукцію;
- безпека та якість продуктів харчування та продовольчої сировини [46].

До третьої категорії прав споживачів слід віднести загальні права споживачів, які закріплені в українському законодавстві (право на захист, право належну якість продукції тощо) та права споживача безпосередньо при купівлі товару (право на післягарантійне обслуговування, право на гарантійне обслуговування тощо).

Але більш точною класифікацією ми вважаємо класифікацію, яка виникає поетапно при укладенні договору роздрібно-купівлі продажу.

До неї можна віднести:

1. Загальні права споживача до укладення договору. Вони безпосередньо містяться у законодавстві, стосуються всіх сфер визначених вище та регулюють відносини, що виникають до того, як між споживачем та продавцем буде укладено договір роздрібно-купівлі-продажу.

До них, зокрема, можна віднести: право на інформацію про товар; право на якісне обслуговування; право на демонстрацію зразку товару; права споживача на ознайомлення з документацією щодо особи продавця та товару.

2. Права споживачів, що виникають в момент укладення договору. Ці права виникають у момент укладення договору роздрібно-купівлі-продажу, до них відносяться: права споживача на безпеку продукції; права споживача на належну якість продукції; права споживача на повернення товару; право на належне пакування; право на об'єктивно визначену ціну; право на строк придатності тощо.

3. Права споживачів, які виникають у разі порушення умов договору роздрібно-купівлі-продажу та пов'язані з порушенням їх прав або неналежною якістю товару. До таких прав слід віднести: право на захист; право на гарантійне

обслуговування; право на відшкодування майнової та моральної шкоди; право на повернення товару; право на звернення до суду тощо.

Наразі в Україні розроблено новий проєкт Закону «Про захист прав споживачів» [26], основна мета якого – наближення національного законодавства до норм прогресивного законодавства Європейського Союзу.

Зокрема, значну увагу у проєкті приділяється саме врегулюванню сфери електронної торгівлі. Пунктами 12, 13 статті 1 проєкту надано визначення електронного торговельного майданчика (маркетплейса), електронного сервісу порівняння продукції (прайс-агрегатора). Окрім того, відповідно до частини 2 пунктів 5, 6 компетентному органу за дотриманням законодавства у сфері захисту прав споживачів надано повноваження звертатися до провайдера інтернет-послуг щодо обмеження доступу до веб-сайту суб'єкта господарювання у разі ненадання ним достовірної інформації про його найменування та місцезнаходження.

Окремо маємо зазначити пункт 6 статті 4 проєкту, в якому з-поміж інших прав споживача з'явилося право споживача на ввічливе торговельне обслуговування, що лише підтверджує права людини за статтею 28 Конституції України на повагу до її честі та гідності [1].

Також відповідно до проєкту, споживач матиме право на обмін товару неналежної якості навіть у випадку відкриття пакування, якщо таке пакування не впливає на якісні характеристики товару згідно зі властивостями та призначенням товару, не зменшує його ціну та можливість повторного продажу.

Отже, існує декілька підходів у системі класифікації прав споживача за договором роздрібної купівлі-продажу. Кожна з них може характеризуватися за сферами регулювання, моментом виникнення прав, поділом на спеціальні та загальні права тощо.

Основною метою класифікації є виділення потреб споживача на кожному етапі укладення договору роздрібної купівлі-продажу. Вважаємо, класифікація прав споживачів на права споживачів, що виникають до укладення роздрібної купівлі-продажу, права споживачів, що виникають у момент укладення договору

та права споживачів, що виникають у разі порушення умов договору, пов'язані з порушенням прав споживачів або неналежною якістю товару, найбільш повно відображає цю мету.

РОЗДІЛ 2

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ЗА ДОГОВОРОМ РОЗДРІБНОЇ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ

2.1. Поняття та підстави захисту прав споживачів за договором роздрібною купівлі-продажу

Сучасні держави на законодавчому рівні закріпили основи захисту прав споживачів у своїх нормативно-правових актах. Вони є основоположними, невід'ємними правами кожної людини і громадянина як споживача товарів і послуг та забезпечують належні умови існування фізичної особи, її здоров'я, індивідуальні та побутові потреби тощо. Захист таких прав є головним обов'язком будь-якої держави.

Сукупність норм та механізмів захисту прав споживача, що впливають з договору роздрібною купівлі-продажу, спрямовані безпосередньо на відновлення порушеного суб'єктивного цивільного права споживача та превентивні заходи щодо запобігання такому порушенню.

Звичайно, найкращим способом уникнути порушення прав споживача є правова обізнаність суб'єктів даних відносин (продавця та покупця). Більшість правових спорів могли б не виникнути тільки через те, що господарюючий суб'єкт, який займається підприємницькою діяльністю з реалізації роздрібних товарів або надання послуг надавав споживачеві повний і достатній обсяг інформації про товар, послугу та при необхідності про самого суб'єкта господарювання.

Ми погоджуємось з думкою Л. Саванець, яка зазначає, що регулювання цивільно-правових відносин в питаннях реалізації захисту прав споживача при покупці товару неналежної якості відповідно до ЦК України та Закону України «Про захист прав споживачів», породжують велику кількість колізій та прогалин [60, с. 41].

Правом на захист споживача є законодавчо закріплена можливість відновити порушене право, застосовуючи при цьому способи захисту.

Слід звернути увагу на думку О. О. Кот з приводу того, що право на захист – це лише можливість застосування заходів для припинення порушення або відновлення порушеного права, а не реальна дія спрямована безпосередньо на захист та відновлення порушеного права [49, с. 9].

Так, ми вважаємо, що захист прав споживачів — один із різновидів захисту прав людини, який гарантується державою та полягає у контролі за якістю та безпечністю товарів, обслуговуванню споживачів, а також дії, спрямовані на відновлення порушеного права.

Відповідно до частини 2 статті 11 ЦК України підставами виникнення цивільних прав та обов'язків є:

- 1) договори та інші правочини;
- 2) створення літературних, художніх творів, винаходів та інших результатів інтелектуальної, творчої діяльності;
- 3) завдання майнової та моральної шкоди;
- 4) інші юридичні факти.

Підставою для захисту прав споживачів є певний юридичний факт, який в свою чергу породжує настання певних юридичних наслідків та появу у осіб (споживачів) кола прав та обов'язків.

Виникнення підстав для захисту прав споживача здійснюється за допомогою певних імперативних норм, які визначають модель поведінки продавця, тобто його обов'язки. Невиконання чи порушення виконання цих обов'язків і є підставою для застосування засобів захисту прав споживача. Ці права закріплюються ЦК України та Законом України «Про захист прав споживачів», Законом України «Про електронну комерцію» тощо.

Проте, якщо уникнути на певному етапі порушення у багатьох випадках важко, а іноді і неможливо, слід чітко розуміти, за яких підстав конкретно таке право може бути захищене та в кінцевій меті відновлене.

Ми маємо на меті розглянути підстави захисту прав споживачів у розрізі українського законодавства та законодавства ЄС, оскільки міжнародні норми у сфері захисту прав споживачів активно розвиваються, відображуючи потреби сучасності. Українське законодавство також не має стояти на місці, а повинно підлаштовуватися до викликів сьогодення.

Ще на стадії укладання договору роздрібної купівлі-продажу права споживача можуть стати об'єктом цивільного правопорушення. Відповідно до частини 1 статті 18 Закону України «Про захист прав споживачів» однією з підстав визнання недійсними умов договору роздрібної купівлі-продажу є включення у відповідний договір умов, що обмежують права споживача. Перелік таких умов не є вичерпним, проте серед основних є завідоме встановлення умов покупки товару споживачем, ознайомитись з якими продавець не надав можливості; одностороння зміна продавцем певних умов договору, коли право на таку зміну не було передбачено і споживача було введено в оману; зміна характеристик продукції продавцем у предметі договору та в односторонньому порядку.

Прикладом може слугувати встановлення до основної ціни товару додаткових непотрібних покупцеві послуг або товарів, від яких неможливо відмовитися.

В ЄС питання несправедливих умов договору регулюється Директивою Ради ЄС від 5 квітня 1993 року 93/13/ЄС «Про несправедливі умови в контрактах зі споживачами» [33].

Відповідно до Директиви несправедливою умовою є така, яка що порушує права та обов'язки сторін за договором, умова, що не обговорювалась сторонами та містить шкоду споживачу. Тобто дана умова не обговорювалась зі споживачем до укладення договору, а споживач не мав можливості з нею ознайомитись та змінити її через те, що договір, який споживач мав укласти з продавцем, вважався типовим.

Перелік несправедливих умов, зазначених в українському законодавстві, співпадає з переліком Директиви. І хоча у ч.4 ст. 18 Закону України «Про захист

прав споживачів» зазначено, що даний перелік не є вичерпним, серед нього, зокрема, є наступні положення. Відповідно до ч.3 ст.18 Закону України «Про захист прав споживачів» це: звільнення або обмеження юридичної відповідальності продавця (виконавця, виробника) у разі смерті або ушкодження здоров'я споживача, спричинених діями чи бездіяльністю продавця (виконавця, виробника); встановлення жорстких обов'язків споживача, тоді як надання послуги обумовлене лише власним розсудом виконавця; надання продавцю (виконавцю, виробнику) права не повертати кошти на оплату ненаданої продукції у разі розірвання договору з ініціативи продавця (виконавця, виробника); виключення або обмеження прав споживача стосовно продавця (виконавця, виробника) або третьої особи у разі повного або часткового невиконання чи неналежного виконання продавцем (виконавцем, виробником) договірних зобов'язань, включаючи умови про взаємозалік, зобов'язання споживача з оплати та його вимог у разі порушення договору з боку продавця (виконавця, виробника) тощо [6].

Як зазначає Г.Б. Яновицька, основними ознаками, яким обов'язково має відповідати умова, щоб визнати її несправедливою є:

- умова порушує принцип добросовісності;
- умова завдає шкоду споживачеві;
- зміна такої умови зумовлює зміну інших частин договору (у цьому випадку договір може бути визнано недійсним) ;
- умова призводить до нерівного розподілу прав та обов'язків споживача та продавця [67].

Іншою підставою, відповідно до частини 1 статті 19 Закону України «Про захист прав споживачів», є ведення нечесної підприємницької практики.

До неї зокрема відносять:

- 1) діяльність (дії або бездіяльність) продавця, яка спрямована на оману споживача або вважається агресивною;
- 2) діяльність продавця, яка вважається недобросовісною конкуренцією.

Основними видами інформації, стосовно якої особу можна ввести в оману, може бути інформація стосовно ціни товару, включаючи знижки, акції, купони, спеціальні пропозиції, право на повернення товару та обмін, інформації стосовно особи продавця, його статусу та прав споживача.

Така інформація може надаватися незрозуміло, так, щоб її можна було трактувати по-різному, ухиляючись від прозорості та не маючи на меті виконати обов'язок продавця надати чітку інформацію.

Зокрема, законом заборонено продавцям зазначати для реалізації ціну на товар, якщо насправді товар не зможе бути реалізований за такою ціною з огляду на ціну на аналогічний товар у інших продавців та характеристики продукції; маркування продукції знаком довіри, знаком якості або знаком відповідності без отримання на це відповідного дозволу уповноваженої особи чи власника таких знаків. Останнє питання стосується підробок.

Як зазначила президент Українського альянсу по боротьбі з підробками та піратством (UAACP) під час пандемії COVID-19 досить поширеним явищем було виготовлення та купівля тестів, які є підробленими, дезінфекторів та засобів захисту, лікарських товарів. Особи, що купляють такий товар, тобто підроблену продукцію, підтримують організовану злочинність.

Саме тому основною метою держави з цього питання є виховання суспільства, яке не має причин для купівлі підроблених товарів [37].

Справді, питання подолання підробок стосується не тільки продавця як фактичного постачальника товару на полиці магазинів та інтернет-сторінок, але й споживача, який у більшості випадків свідомо обирає підроблений товар, тим самим підтримуючи злочинний бізнес.

Також відповідно до частини 1 статті 21 Закону України «Про захист прав споживачів» порушеними правами вважаються:

- право споживача на вільний вибір продукції;
- принцип рівності сторін за договором роздрібної купівлі-продажу;
- право споживача на отримання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про відповідну продукцію.

Таким прикладом судової практики є цивільна справа № 521/18881/16-ц від 7 листопада 2018 року, у якій Верховний Суд вказав, що, ухвалюючи рішення про часткове задоволення позову, суди першої та апеляційної інстанцій правильно виходили з того, що відповідач, як турагент з дотриманням умов договору на надання туристичних послуг, повинен був надати туристу всю необхідну інформацію, передбачену чинним законодавством, щодо туристичної подорожі, у тому числі щодо перетину державного кордону України громадянином України, який не досяг 16-річного віку. Проте такі зобов'язання ним не виконані [20].

— споживачу реалізовано продукцію, яка є небезпечною, неналежної якості, фальсифікованою. Говорячи про досвід ЄС, ми вважаємо, що тут слід зупинитися на досвіді Німеччини у боротьбі з безпекою продукції. У цій країні поряд з правовими механізмами захисту прав споживачів з 2002 року функціонує федеральний інститут оцінки ризиків (BfR). Основним завданням його є захист здоров'я громадян шляхом виявлення можливих ризиків безпеки продукції (харчової, продовольчої, технічної, рослин тощо) та шляхів зниження таких ризиків. Кожне дослідження даний інститут загальнодоступно опубліковує. В подальшому наукові висновки стають підґрунтям для судів та державних органів при прийнятті ними рішень, а також використовуються європейською спільнотою. Крім того, інститут співпрацює з Європейським управлінням з безпеки харчових продуктів (EFSA) та Світовою організацією охорони здоров'я [72].

— ціну продукції визначено неналежним чином. У цьому випадку йдеться мова про необґрунтоване завищення ціни порівняно з ринком цін на аналогічний чи схожий товар, яке здійснено на власний розсуд продавця.

Основним підтвердженням укладення договору є розрахунковий документ. Відповідно до абзацу 2 частини 11 статті 8 Закону України «Про захист прав споживачів» під час продажу товару продавець зобов'язаний видати споживачеві розрахунковий документ встановленої форми, що засвідчує факт купівлі, з позначкою про дату продажу або відтворити на дисплеї програмного

реєстратора розрахункових операцій (дисплеї пристрою, на якому встановлений програмний реєстратор розрахункових операцій) QR-код, що дає змогу особі здійснювати його зчитування та ідентифікацію з розрахунковим документом за структурою даних, що в ньому містяться, або надіслати електронний розрахунковий документ на наданий споживачем абонентський номер чи адресу електронної пошти [6]. На практиці у випадку відмови від надання розрахункового документу слід втриматись від купівлі товару у даного продавця, оскільки це є порушенням прав споживача.

За законодавством України споживач має право на захист своїх прав у випадку встановлення недоліків товару.

Зокрема, відповідно до частини 1 статті 8 Закону України «Про захист прав споживачів» у такому випадку споживач має право на:

- пропорційне зменшення ціни;
- безоплатне усунення недоліків товару в розумний строк;
- відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

В свою чергу, частина 1 статті 708 ЦК України, крім цих норм, містить право на відмову від товару та повернення сплачених грошових коштів та заміну товару на такий самий або аналогічний з перерахунком ціни. Вважаємо, що норму Закону України «Про захист прав споживачів» слід привести у відповідність до ЦК України.

Слід також зазначити, що існує ряд проблемних питань, пов'язаних з гарантією як одного із прав споживачів.

Відповідно до частини 1 статті 3 та частини 1 статті 5 Директиви 1999/44/ЄС, строк гарантії за неналежну якість товару вимірюється двома роками з моменту передачі нового товару та одним роком на товар, що вже був у використанні. Крім того, частиною 2 статті 5 державам надано право на встановлення додаткової норми – обов'язок споживача у двомісячний строк з моменту виявлення недоліку товару повідомити про такий недолік продавцю [76].

В Україні дане питання поки що не врегульоване, проте частиною 2 статті 6 проєкту Закону «Про захист прав споживачів» дана норма передбачена. Крім того, у разі імплементації норм ст.5 треба вдосконалити норми законодавства у частині обов'язкової інформації про особу продавця, оскільки достатньо часто зустрічаються випадки відсутності відомостей про суб'єкт господарювання, достатні для його ідентифікації, що унеможливило звернення споживача за відновленням свого порушеного права.

Іншим не менш важливим питанням є питання, яке розглядається у частині 9 статті 8 Закону України «Про захист прав споживачів». Відповідно до неї на письмову вимогу споживача на час ремонту йому надається (з доставкою) товар аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) незалежно від моделі.

Для цього продавець, виробник (підприємство, що задовольняє вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті) зобов'язані створювати (мати) обмінний фонд товарів. До переліку таких товарів входять, на нашу думку, великогабаритні товари, такі як холодильники, пральні машини, персональні комп'ютери, пилососи тощо, зберігання яких потребує додаткових вкладень.

При пред'явленні споживачем вимоги про безоплатне усунення недоліків товару встановлений загальний строк у 14 днів відповідно до частини 9 статті 8 Закону України «Про захист прав споживачів», який у багатьох випадках порушується. Внаслідок цього споживач обмежується у праві на використання даного товару, у зв'язку із відсутністю належної заміни.

Відповідно до частини 1 статті 679 ЦК України обов'язок доведення недоліків товару після передачі товару споживачеві покладається на споживача. Відповідно до Директиви частини 3 статті 5 1999/44/ЄС діє презумпція невинуватості для покупця, тобто обов'язок доведення покладається на особу продавця, який є професіоналом та здійснює підприємницьку діяльність, з огляду на те, що у споживача при укладенні договору роздрібною купівлі-продажу виникає право на якість, комплектність та безпеку товару, в той час як у продавця – обов'язок надати споживачеві якісний, комплектний та безпечний

товар. Ця норма також потребує вдосконалення у відповідності до загальноприйнятих стандартів захисту прав споживачів та з принципу розумності та раціональності [3]. При цьому 2 статті 6 проєкту Закону «Про захист прав споживачів» передбачає покладення обов'язку доведення недоліків товару на продавця лише протягом гарантійного строку.

Досить цікавою є судова практика з питання виявлення доведення вимог позивача. Так, Чернігівський апеляційний суд прийняв постанову у справі № 751/7892/17 [24], якою визначив, що споживач, придбавши товар з істотним недоліком, має довести лише наявність такого недоліку, а доказування причин його виникнення вже покладено на продавця. При цьому суд попередньої інстанції помилково посилалися на норму статті 8 Закону України «Про захист прав споживачів».

Неможливо не згадати питання, яке виникає, коли гарантійний ремонт товару було проведено, проте товар через деякий час знову прийшов у несправність. Законодавець, зокрема, в статті 8 Закону України «Про захист прав споживачів» не врегулював можливість покупця на повернення коштів або зниження ціни за товар, оскільки, по-перше, повторний гарантійний ремонт – це час, за який споживач мав би користуватися своїм товаром, а, по-друге, ремонт знижує вартість товару. Тому ми вважаємо, що дану норму слід додати до статті 8 Закону України «Про захист прав споживачів».

Згідно зі статтею 9 Закону України «Про захист прав споживачів» споживач має право на розірвання договору у разі придбання товару належної якості. Основними підставами захисту прав споживача в цьому разі може виступати незадоволення споживача кольором, формою, фасоном, що унеможливорює споживачу далі користуватися придбаним товаром.

За загальним правилом, повернути товар можна у 14-денний строк від моменту покупки товару, не враховуючи день придбання товару. Проте, продавець може збільшити цей строк. Так, міжнародна мережа продажу одягу та побутових товарів «Хеннес енд Мауріц» встановила 30-денний строк на обмін та повернення товару в магазинах в Україні.

Окремої уваги заслуговує питання щодо способу повернення коштів за товар, який було повернуто. Законодавство не передбачає жодної норми з приводу обмежень форми повернення (готівка чи карта), проте на практиці форма повернення відповідає формі початкової оплати.

При купівлі великогабаритного товару, продавець може пропонувати послугу доставки такого товару. При цьому момент виконання договору роздрібної купівлі-продажу буде збігатися з моментом вручення товару покупцеві за визначеним місцем. За загальним правилом, така послуга може бути платною та загальна сума за договором буде включати в себе суму на товар та суму на доставку, про яку продавець має повідомити у момент укладання договору. У випадку, якщо дана послуга не була обговорена, а загальна сума договору зросла на суму доставки, у покупця виникає підстава для захисту його прав як споживача.

Отже, захист прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу виникають з таких підстав: включення у відповідний договір умов, що обмежують права споживача; завідоме встановлення умов покупки товару споживачем, ознайомитись з якими продавець не надав можливості; одностороння зміна продавцем певних умов договору, коли право на таку зміну не було передбачено і споживача було введено в оману; зміна характеристик продукції продавцем у предметі договору та в односторонньому порядку тощо. Кожна з таких підстав – це певний юридичний факт, у результаті яких порушується право споживача, встановлене законом та/або договором та відновлення якого є першочерговим обов'язком як продавця, так і держави, як гаранта захисту прав людини.

2.2. Форми захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу

Здійснення цивільно-правового захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу в Україні регулюється главою 54 ЦК України,

Законом України «Про захист прав споживачів» та іншими нормативно-правовими актами.

Так, досліджуючи питання форм захисту Г.М. Грабовська стверджує, що під формою захисту слід вважати сукупність організаційних заходів спрямованих на захист суб'єктивних прав та інтересів [38, с. 62].

У.П. Гришко вважає формами захисту зовнішню діяльність, яка має на меті відновлення порушеного права компетентним органом або самим суб'єктом, право якого було порушено [39, с. 94].

Отже, формою захисту слід вважати механізм, що реалізовується компетентними органами держави та органами місцевого самоврядування у разі звернення особи щодо відновлення її порушеного права або самостійне відновлення порушеного права такою особою.

Від того, яку форму захисту свого права обере споживач, залежить ефективність відновлення його права.

За теорією права, найбільш доцільно поділяти форми захисту прав споживачів на юрисдикційні та неюрисдикційні. Юрисдикційними будуть вважатися ті, за яких особа звертається до уповноважених органів або осіб за захистом своїх прав. Неюрисдикційними ж вважаються ті, що передбачають самостійне відновлення в межах законодавства свого права або звернення до осіб, результатом якого може бути прийняття необов'язкових до виконання рішень.

Основними формами реалізації такого захисту на сьогоднішній день виступають: судовий захист, адміністративний захист, самозахист та альтернативна форма захисту (переважно медіація).

Г.О. Ільченко запропонувала класифікацію способів захисту прав споживачів, яку також можна віднести до такої, що застосовується для договору роздрібної купівлі-продажу. До неї відносяться такі способи, як: судовий захист, самозахист, заходи оперативного впливу [44, с. 131].

Враховуючи характер правовідносин, до цього переліку ми додаємо ще спосіб захисту у вигляді звернень до компетентних органів, а також згідно

Закону України «Про звернення громадян» і до звернення до самого підприємця (продавця), а саме – звернення до Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів (далі – Держпродспоживслужба) [13].

Класичною формою захисту прав споживачів є судовий захист, тобто звернення з позовом про захист свого права до суду загальної юрисдикції.

Цивільний процесуальний кодекс України (далі – ЦПК України) та стаття 22 Закону України «Про захист прав споживачів» закріплює право кожної людини на звернення за захистом свого порушеного, невизнаного або оспорюваного права [4].

За загальним правилом, споживач звільняється від сплати судового збору за подачу позову про захист прав споживача.

Відповідно до Постанови Великої Палати Верховного суду України від 21 березня 2018 року у справі No 761/24881/16-ц споживачі звільняються від сплати судового збору в усіх інстанціях. Це мотивовано тим, що всі стадії судового процесу формують єдиний процес, який має на меті відновлення порушеного права [19].

Відповідно до ЦПК України дана категорія справ є предметом розгляду у цивільному суді у позовному провадженні. У споживачів також є можливість об'єднати позов у єдиний з невизначеним колом споживачів. Таким позовом може бути позов про визнання дій продавця (виробника) протиправними. У випадку прийняття цього позову у споживачів з'являється можливість змінити форму провадження на наказне.

Подаючи позов до суду, споживач має підтвердити наявність правовідносин з продавцем. У випадку усного правочину таким підтвердженням може вважатися фіскальний чек, квитанція або інший документ.

Крім того, ст. 175 ЦПК України визначає перелік умов, за яких позовна заява може бути прийнята до розгляду [4].

На думку Ю.Ю. Рябченко, предметом позову в справах про захист прав споживачів вважається обґрунтована на спірному правовідношенні матеріально-правова вимога споживача до продавця [59, с.8].

Досить важливим для обрання форми захисту є питання щодо визначення мети покупки товару споживачем, адже споживачем вважається особа, яка придбала товар для власних потреб, а не для ведення підприємницької діяльності.

При цьому як зазначає Велика палата Верховного суду у справі 331/5054/15-ц, де позивач придбав у відповідача 89 одиниць однакового товару, наявність фінансово-господарських відносин за договором не може свідчити про те, що позивач придбав товар для ведення підприємницької діяльності [18].

Основними видами позову про захист прав споживачів можуть виступати:

- позов про розірвання договору роздрібної купівлі-продажу;
- позов про відшкодування моральної шкоди;
- позов про визнання недійсним договору роздрібної купівлі-продажу;
- позов про відшкодування матеріальної шкоди тощо.

Згадуючи про адміністративні суди слід зазначити, що вони розглядають справи виключно за позовами проти органів виконавчої влади та місцевого самоврядування з питань критерію продажу товарів за умов, якщо такий орган має вплив на припинення порушення з боку продавця.

Поряд з судовим розглядом справ щодо захисту прав споживачів, існує інша юрисдикційна форма – адміністративний захист. Так, відповідно до статті 17 ЦК України такий захист може здійснюватися органами державної влади, органами Автономної Республіки Крим та Президентом України [3].

Основними формами адміністративної реалізації прав споживачів є можливість подання ними звернень, скарг та заяв. Дана можливість не обмежує право споживача на звернення до суду з тих самих підстав.

Підписавши Угоду про асоціацію з ЄС [2], Україна взяла на себе зобов'язання забезпечити якісний рівень захисту прав споживачів, переймаючи та обмінюючись досвідом з ЄС щодо всіх аспектів захисту – від інформування

споживачів про їхні права, застосування ринкового нагляду до надання можливості розвитку асоціацій споживачів, впровадження нових технологічних можливостей щодо захисту прав споживачів тощо.

Одним із положень необхідних до виконання є створення адміністративного механізму та органів для забезпечення гідної системи захисту споживачів, наближеної до ЄС.

Наразі таким основним виконавчим органом у сфері адміністративного захисту прав споживачів виступає Держпродспоживслужба [71].

Положення про Держпродспоживслужбу містяться у Постанові Кабінету Міністрів України від 2 вересня 2015 року № 667 [15].

Основна діяльність Держпродспоживслужби спрямована на реалізацію політики у сфері безпеки харчових продуктів, захисту рослин, тварин, додержання законодавства у сфері реклами та превентивні заходи щодо вживання тютюнових виробів, додержання законодавства з питань туризму тощо.

Держпродспоживслужба має територіальні підрозділи, а, отже, споживач може звернутися з звернення задля здійснення позапланового заходу державного нагляду за місцем її проживання.

Основною підставою здійснення такого нагляду є порушення права споживача, зокрема шкода життю чи здоров'ю, навколишньому природньому середовищу, безпеці харчової продукції тощо, що зазначено у Законі України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» [8].

Крім того, особа може подати запит на отримання публічної інформації відповідно до Закону України «Про доступ до публічної інформації» [9] та Наказу Міністерства аграрної політики та продовольства від 14.02.2018 № 71 «Про затвердження Порядку складання, подання та опрацювання запитів на публічну інформацію, розпорядником якої є Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, та форм для подання

таких запитів», зареєстрований в Міністерстві юстиції України 02 березня 2018 року № 261/31713 [17].

Відповідь на такий запит буде надано протягом п'яти робочих днів, а у випадку великого обсягу інформації – 20 днів. При цьому у відповідності до ст. 20 Закону України «Про звернення громадян» передбачено збільшений строк розгляду звернень – від 15 днів за ті, що не потребують додаткового вивчення та при максимальному строку у 45 днів [13].

Переходячи до неюрисдикційної форми захисту прав споживачів, тобто до такої, яка здійснюється без звернень до уповноважених органів, слід зазначити, що найпоширенішою формою тут є самозахист.

Самозахист – це використання споживачем тих засобів та форм захисту порушеного права, які прямо дозволені або не заборонені законом та відповідають рівню моральних засад. Рівень самозахисту повинен відповідати рівню та характеру самого правопорушення.

Основною особливістю самозахисту є те, що особа самостійно обирає форми та методи самозахисту. Зазвичай вони впливають з актів законодавства або заздалегідь передбачені договором.

Основні форми самозахисту передбачені статтями 8-9, 19 Закону України «Про захист прав споживачів» та ЦК України. Так, наприклад, особа має право вимагати заміни товару у випадку виявлення істотних недоліків товару, вимагати гарантійного ремонту у випадку гарантійного випадку поломки товару, пропорційного зменшення ціни тощо.

Тобто споживач має право на звернення до особи продавця першочергово, а вже потім використовувати інші форми захисту своїх прав, у випадку незадоволення вимог продавцем.

Відповідно до ст. 24 Закону України «Про захист прав споживачів» споживачі мають право об'єднуватися у громадські організації споживачів. Основна мета таких організацій – це захист інтересів споживачів, інформування щодо практичних дій в сфері захисту прав споживачів. Згідно з ч.1 ст. 25 цього ж закону об'єднання споживачів мають право: вивчати споживчі властивості

продукції, попит на неї, проводити опитування населення для виявлення громадської думки про якість товарів, що випускаються і реалізуються, та ціни на них; проводити самостійно або звертатися до уповноважених державних органів щодо проведення експертизи та випробування продукції; одержувати від органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування інформацію, необхідну для реалізації своїх цілей і завдань; сприяти відповідним державним органам у здійсненні контролю за якістю продукції та обслуговування тощо.

У розвинених країнах чільне місце в забезпеченні захисту інтересів споживачів посідають громадські організації, які спрямовують свою діяльність на боротьбу з нечесними виробниками, продавцями, допомагають звичайним громадянам відстоювати свої права та інтереси в судових та державних органах, притягувати винних до відповідальності [45, с. 253].

За загальним правилом, судовий захист забезпечує імперативність – тобто обов’язковість виконання рішень, прийнятих судом. Інші способи захисту мають первинний характер, тобто використовуються споживачем перед тим, як переходити розгляду справи у суді.

Найпростішим способом самозахисту є залишення відгуку про товар на інтернет-сторінці продавця або у онлайн-формі відгуків, якщо відповідна міститься на просторах Інтернету. Чесні та професійні продавці мають відповісти на негативний відгук та запропонувати шляхи вирішення питання, адже більшість з продавців дуже цінують свою репутацію та тому йдуть на вирішення конфліктів у позасудовому порядку, що значно економить час та кошти обох сторін.

Розглядаючи дане питання у контексті порівняння з іншими країнами, слід зазначити, що досить суттєвим прикладом є США, де у 1936 році було створено Союз споживачів США. Дана організація не є урядовою та комерційною, а існує на кошти від продажу щомісячного журналу «Відомості споживачів», основною метою якого є інформування щодо якості та безпечності тих чи інших протестованих продуктів [73].

В Україні також існують організації з захисту прав споживачів, основна роль яких дослідження рівня якості та безпеки товарів, робіт і послуг на споживчому ринку, допомога у захисту прав споживачів, зокрема при досудовому вирішенні споживчих спорів, що також передбачено ст. 35 Проекту Закону «Про захист прав споживачів» [26]. Однією з таких є «Громадський контроль захисту прав споживачів», основними напрямками діяльності якої є допомога, координація дій та захист інтересів громадян; участь у реалізації державної політики щодо захисту інтересів громадян; боротьба з недобросовісною конкуренцією; організація та проведення незалежної експертизи якості та безпеки товарів; сприяння у створенні системи споживчої освіти тощо. Організація проводить прес-конференції, виступає на телеканалах та публікується у видавництвах [75].

Органи місцевого самоврядування відповідно до ст. 28 Закону України «Про захист прав споживачів» також виконують функції із захисту прав споживачів, серед них є функція створювати структурні підрозділи та здійснювати контроль за дотримання норм захисту споживачів. Наразі в Україні дійсно існують на місцевих рівнях такі структурні підрозділи, проте вони мають обмежені повноваження. В рамках Угоди про асоціацію з ЄС було розроблено Концепцію державної політики у сфері захисту прав споживачів на період до 2020 року, одним з основних завдань якої є забезпечення впровадження прозорих та ефективних механізмів взаємодії державних органів, органів місцевого самоврядування, громадських об'єднань споживачів, представників бізнесу у сфері здійснення захисту прав споживачів [16].

Але наразі не достатньо розвинений цей спосіб захисту, що спричиняє обіг неякісної, фальсифікованої продукції та несвоєчасно надану допомогу споживачам.

Висвітлюючи дане питання, ми зазначаємо, що необхідним кроком до захисту прав споживачів є удосконалення діючого механізму захисту на місцевих рівнях, зокрема, розширення кола повноважень спеціальних структурних підрозділів із захисту прав споживачів, на які буде покладатися

обсяг повноважень, спрямований на оперативне вирішення заяв та скарг споживачів, контроль за дотриманням якості та безпечності продукції та організації обслуговування споживачів на місцевому рівні.

Через велике перенавантаження судів та державних органів класичні форми вирішення правових конфліктів стають не достатньо ефективними, судовий розгляд затягується на місяці, а то і роки, сторони залишаються незадоволеними результатом, а сам розгляд справи у судах викликає великі грошові витрати. Саме тому відносно нещодавно набрав популярності в Україні інститут медіації, який вже активно використовується у країнах Європи та США.

І.Є. Якубівський зазначає, що зі змінами в 2017 році процесуальних кодексів, де визначено право на застосування судом способу захисту, що встановлюється законом та договором, встановлено можливість застосування такого способу захисту, який не суперечить закону, у випадку, якщо законом або договором не встановлено прийнятного способу захисту [68].

Медіація – це альтернатива судовому розгляду, спрямована на примирення сторін за участю нейтральної сторони – медіатора, який сприяє налагодженню конфлікту між сторонами, проте не вирішує за них конфлікт і не стає на бік однієї зі сторін, притримуючись при цьому основних принципів: добровільність, конфіденційність, нейтральність, незалежність та неупередженість, рівність прав сторін.

Наявність великої кількості прогалин у регулюванні позасудових спорів щодо захисту прав споживачів наштовхнуло Раду ЄС прийняти у травні 2013 року Директиву про альтернативне вирішення спорів за участі споживачів [29].

Основною метою відповідно до статті 4 цієї Директиви є забезпечення доступу до простого, ефективного, швидкого та недорогого шляху вирішення внутрішніх та транскордонних спорів, які виникають з договорів купівлі-продажу або надання послуг, що приносить користь споживачам і, отже, зміцнює їхню впевненість на ринку. Такий доступ має стосуватися як онлайн покупок, так

і офлайн, і це особливо важливо коли споживачі здійснюють покупки закордоном.

Відповідно до статті 5 Директива регулює відносини, що виникають між продавцем та покупцем (споживачем) на міжнародному та національному рівні, а самі процедури мають бути проведені якісно, споживачі та продавці мають бути обізнаними у можливості використання таких процедур.

Також там зазначається, що на 2013 рік інститут позасудового вирішення спорів досить повільно розвивався у різних країнах ЄС, тому Директива створена саме об'єднати та розвинути даний інститут на рівні ЄС, включаючи всі види діяльності на основні прозорості та неупередженості.

Окрім того, досить важливим питанням до цього часу є низький рівень правових знань споживачів про їхні права на захист. Директива покликана покращити це становище шляхом зобов'язання продавців на надання інформації щодо можливості використання альтернативних способів вирішення споживчих спорів за допомогою компетентної установи, яка і розглядає спори, що виникли з договору роздрібної купівлі-продажу.

Базові положення Директиви є обов'язковими до виконання, інші – встановлюються державами в залежності від можливостей, в тому числі і фінансових, а так же особливостей законодавчої бази країн, так і їх територіальності.

Основними критеріями установи вирішення спорів відповідно до Директиви є:

- професіоналізм. Фахівці залучені до роботи в установі мають володіти набором професійних якостей та знань, знати законодавство у сфері захисту прав споживачів;
- доступність (кожна така установа повинна зареєструвати власний сайт, на якому має міститися вся корисна інформація щодо процедури врегулювання спору, правил подачі скарги та вимог до характеру спору (зокрема, підстави для відмови у розгляді скарги);

- незалежність та неупередженість (спеціаліст не має ставати на бік когось зі сторін, а у випадку можливості конфлікту інтересів негайно повідомляти та відмовлятися від ведення конкретної справи. Окрім того, їм заборонено виражати власну думку бачення ситуації. Задля забезпечення неупередженості встановлено, що фахівців призначають на довгий термін з гідним рівнем заробітної платні, яка не залежить від результатів розгляду.);
- поінформованість (сторони мають бути поінформовані про всі свої права та обов'язки ще до стадії вирішення конфлікту, сторонам мають повідомити про наслідки згоди із запропонованим рішенням установою);
- свобода (споживач як сторона конфлікту має право на свободу у зверненні до суду на будь-якій стадії процесу, на залученні спеціалістів, юристів тощо, у сторін є вибір погоджуватися з рішенням чи ні та головне – це можливість закінчити процедуру на будь-якій стадії);
- ефективність (процедура має бути безкоштовною або мати доступну ціну, проводитися у зручний час як офлайн, так і онлайн, а рішення приймаються у строк 90 днів).

В Україні законодавчої бази щодо альтернативного способу вирішення спорів у формі медіації поки не прийнято, чекає свого прийняття проект Закону України №3504 «Про медіацію» [27].

Наразі медіація повільно набирає популярності в Україні через слабку обізнаність суспільства та страх до невідомого. Для розвитку та поширеності медіації сторони мають бути обізнані з перевагами медіації, такими як економія коштів, часу, зручність вибору дати та місця зустрічі, неформальність самої обстановки зустрічі, достатність інформації та легкості у виборі медіатора.

Підвищення інформованості усіх зацікавлених сторін також є важливою умовою розвитку інституту медіації [55, с. 49].

Слід зазначити, що в Україні також діє третейський суд з розгляду цивільних та господарських правовідносин, який регулюється Законом України «Про третейські суди» [11]. Проте відповідно до пункту 14 частини 1 статті 6

даного закону забороняється розгляд справ у спрах щодо захисту прав споживачів.

Як відомо, Україна рухається в процесі наближення законодавства до норм та стандартів ЄС. Відзначаючи положення Угоди про асоціацію, законодавцю слід врахувати Рекомендації Комісії № 2001/310/ЄС від 04.04.2001 щодо принципів, які застосовуються до установ, залучених до процесу вирішення споживчих спорів на підставі консенсусу у позасудовому порядку, які спрямовані на покращення рівня якості у процесі захисту прав споживачів, забезпечення нових більш дієвих та менш затратних форм вирішення спорів, які виникають з договорів купівлі-продажу та надання послуг [65, с.25.]

Отже, вибір форми захисту своїх прав першочергово покладається на споживача як на суб'єкта, чиє право було порушене. Законодавством передбачено досить широкий вибір форм захисту, починаючи від найпростішого – самозахисту, закінчуючи зверненням до громадських організацій, органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування у сфері захисту прав споживачів, медіацією та судовим захистом. Від правильності вибору форми захисту насамперед залежить якість отриманого результату. Тому кожна особа-споживач має бути обізнана зі своїми правами задля правильної їх реалізації.

2.3. Способи захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу

Поновлення споживачем своїх порушених прав здійснюється за допомогою способів захисту.

В літературі існує багато визначень поняття способу захисту. Так, наприклад О. О. Кот під способами захисту визначає певні заходи примусового характеру, які націлені на поновлення або визнання порушених прав та вплив на порушника шляхом поновлення майнового стану потерпілого [49, с. 14].

На думку Г. А. Осетинської способи захисту у контексті захисту прав споживачів як обрані споживачам вимоги, спрямовані на відновлення

порушеного права, з якими вони можуть звернутися до компетентного органу або самостійно захиститися [52, с. 76].

Отже, проаналізувавши наукові поняття, ми дійшли висновку, що способи захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу – це конкретний вид правових вимог, який обирає споживач з метою усунення чи компенсації наслідків правопорушення зі сторони продавця.

Як і з формами захисту, від обрання правильного способу захисту залежить те, чи буде відповідне порушене право відновлене. Це означає, що споживач сам обирає раціональний спосіб захисту на свій погляд, а уповноважений орган – суд, вирішує, чи підходить даний спосіб захисту до конкретного правовідношення.

Так, частина 2 статті 16 ЦК України визначає загальний перелік способів захисту порушеного права, які споживач має можливість обрати. Зокрема, визнання права; визнання правочину недійсним; припинення дії, яка порушує право; відновлення становища, яке існувало до порушення; примусове виконання обов'язку в натурі; зміна правовідношення; припинення правовідношення; відшкодування збитків та інші способи відшкодування майнової шкоди; відшкодування моральної (немайнової) шкоди; визнання незаконними рішення, дій чи бездіяльності органу державної влади, органу влади Автономної Республіки Крим або органу місцевого самоврядування, їхніх посадових і службових осіб.

Окрім того, відносно нещодавно Законом України «Про внесення змін до Господарського процесуального кодексу України, Цивільного процесуального кодексу України, Кодексу адміністративного судочинства України та інших законодавчих актів» від 03.10.2017 р. № 2147-VIII було доповнено частиною 2 статті 5 ЦПК України, де було встановлено право суду на визначення такого способу захисту, що не суперечить законодавству, якщо характер відповідних правовідносин не дозволяє визначити спосіб захисту порушеного права [10].

Г.О. Ільченко запропонувала класифікацію способів захисту прав споживачів, яку також можна віднести до такої, що застосовується для договору роздрібної купівлі-продажу. До неї відносяться такі способи, як: судовий захист,

самозахист, заходи оперативного впливу [44, с. 131].

Враховуючи характер правовідносин, до цього переліку ми додаємо ще спосіб захисту у вигляді звернень до компетентних органів, а саме – звернення до Держпродспоживслужби.

Основними правами щодо вибору споживачем правильного способу захисту є:

- обов’язковість легального переліку способів захисту;
- свободу вибору суб’єктом захисту виду способу захисту;
- можливість застосування способів захисту за аналогією;
- належне з’єднання й рішення конкуренції позовів;
- відповідність предмета позову встановленим способам захисту цивільного права та інтересу [53, с.15].

За загальним правилом, судовий захист забезпечує імперативність – тобто обов’язковість виконання рішень, прийнятих судом. Інші способи захисту мають первинний характер, тобто використовуються споживачем перед тим, як переходити розгляду справи у суді.

Найпростішим способом самозахисту є залишення відгуку про товар на інтернет-сторінці продавця або у онлайн-формі відгуків, якщо відповідна міститься на просторах Інтернету. Чесні та професійні продавці мають відповісти на негативний відгук та запропонувати шляхи вирішення питання, адже більшість з продавців дуже цінують свою репутацію та тому йдуть на вирішення конфліктів у позасудовому порядку, що значно економить час та кошти обох сторін.

Самозахист за договором роздрібної купівлі-продажу зазначений у частині 1 статті 8 Закону України «Про захист прав споживачів». Перелік їх був зазначений у пункті 2.1 Розділу 2.

Окрім того, частина 5 статті 18 цього Закону містить положення про визнання договору недійсним у зв’язку визнанням положень договору несправедливими. За таких умов договір може бути визнано недійсним цілком або визнано недійсними частину умов договору, або заміна таких умов.

Відповідно недійсний правочин не буде створювати правових наслідків, а особи мають відшкодувати один одному вартість отриманого за правочином.

Подібні правові наслідки діють і у відповідності до частини 1 статті 19 Закону України «Про захист прав споживачів», при яких поряд визнанням договору недійсним може бути застосовано відшкодування майнової та/або моральної шкоди.

Відшкодування моральної та майнової шкоди здійснюють не тільки відновлюючу функцію, але у деяких випадках і превентивну. Цей спосіб захисту вважається додатковим способом, оскільки поруч з ним одночасно зазвичай застосовується основний. Законодавче обґрунтування даних положень міститься у статтях 16, 22-23 ЦК України.

На думку І. С. Канзафарової шкода виражається у негативних наслідках правопорушення [46, с.198-199].

Відшкодування збитків – це основна форма вираження майнової та моральної шкоди за договором роздрібної купівлі-продажу.

Тобто як ми розуміємо зі змісту статті 22 ЦК України поняття шкода є більш ширшим за поняття збитки, а збитки розглядаються як один із способів відшкодування шкоди за договором.

За загальним поняттям збитками вважаються певні негативні наслідки у вигляді майнових втрат потерпілим, які потягнуло за собою правопорушення. До них, наприклад, можна віднести збитки за пошкодження певного майна внаслідок використання товару, який споживач придбав у продавця або певні витрати на ремонт товару тощо. Окремим видом збитків вважається упущена вигода – тобто неотриманий прибуток через порушення зобов'язання стороною продавця.

Основною підставою для відшкодування шкоди є доведення особою її наявності. При цьому слід зазначити, що виплата неустойки чи відшкодування збитків не звільняють особу від виконання зобов'язань перед споживачем.

У випадку виявлення шкоди або недоліків товару, надання неповної чи недостовірної інформації про товар, відповідальною особою може виступати як

продавець, так і виробник товару. Таким чином, законодавець дозволяє споживачу обирати вид відповідальності.

Досить цікавою є позиція Верховного Суду у складі колегії суддів Касаційного господарського суду, яким зазначено, що у постачальника внаслідок виникнення недоліків товару, на який діє гарантія, існує презумпція вини. Так, Постановою від 30 вересня 2020 року у справі № 927/787/19 було зазначено, на виробника покладається обов'язок доведення вини споживача у тому, що у товару з'явилися дефекти [22].

Окремим питанням є визначення відповідальності за недоліки товару, що спричинили небезпеку для здоров'я та життя. Таку відповідальність можна назвати абсолютно, оскільки вона може виникнути у будь-який момент, навіть після повного використання властивостей речі (наприклад, медичні препарати або косметичні засоби).

Відповідно до Закону України «Про відповідальність за шкоду, завдану внаслідок дефекту продукції» внаслідок виявлення дефекту продукції саме на виробника покладається обов'язок відшкодування такої шкоди. До такої шкоди застосовується позовна давність у 3 роки з моменту, коли особа дізналась або мала б дізнатись про наявність дефекту [12].

Деякі вчені виокремлюють неустойку як спосіб захисту порушеного права. Неустойку як спосіб захисту встановлено у частині 9 статті 8 Закону України «Про захист прав споживачів» у розмірі 1% за кожен день затримки усунення недоліків або надання аналогічного товару.

Необхідними умовами для застосування неустойки мають бути:

- пред'явлення вимоги про усунення недоліків товару одночасно з письмовою заявою про надання на час ремонт аналогічного товару;
- аналогічного товару продавцем не було надано.

Окрім того, застосування неустойки можливе як і при виконанні умов про своєчасне усунення недоліків, але не надання аналогічного товару, так і навпаки [57, с. 176].

Компенсація моральної шкоди передбачена пунктом 5 частини 1 статті 4 та частиною 2 статті 22 Закону України «Про захист прав споживачів». На нашу думку, існують наступні особливості щодо її застосування:

- моральна шкода відшкодовується окремо та незалежно від відшкодування майнової шкоди та збитків;
- позовна давність не поширюється на відшкодування майнової шкоди;
- моральна шкода відшкодовується за наявності вини продавця;
- моральна шкода відшкодовується окремо та незалежно від відшкодування майнової шкоди та збитків;
- розмір відшкодування моральної шкоди встановлюється судом відповідно до характеру та моральних/фізичних страждань;
- форма відшкодування моральної шкоди – грошова.

Як зазначає Я. М. Шевченко під моральною шкодою слід розуміти певні неекономічні та невартісні наслідки правопорушення [41, ст. 98].

Наразі законодавець не закріпив певні рамки у розмірі відшкодування моральної шкоди споживачу, а, отже, суд, приймаючи рішення, керується в залежності від позовних вимог позивача, суб'єктивної думки та принципу розумності. Судова практика свідчить про те, що суди зазвичай занижують розмір моральної компенсації, особливо порівнюючи з першочерговими позовними вимогами. Міжнародна практика ж навпаки більше спрямована на збільшення моральної компенсації споживачу [62, с. 22].

Сьогодні доведення факту та призначення розміру відшкодування моральної шкоди достатньо важко оцінити, оскільки немає чітко визначених критеріїв для застосування їх судом. Тому пропонуємо відрегулювати питання розміру відшкодування шкоди шляхом вдосконалення критеріїв для призначення такого відшкодування. А саме розробити та прийняти Кабінетом Міністрів України методику обчислення розміру відшкодування моральної шкоди у споживчих спорах. Запровадження прозорості розуміння засад відшкодування моральної шкоди у цивільних відносинах корелюється з Концепцією оновлення ЦК України, а саме з параграфом 1.7, де зазначається

потреба у об'єктивації загальних засад відшкодування (компенсації) моральної шкоди, визначення кола осіб та підстав такого відшкодування [42].

Досить цікавою є практика Верховного Суду щодо призначення відшкодування збитків за спричинення моральної шкоди споживачу.

Постановою від 10.04.2019 року у справі № 464/3789/17 Верховний Суд встановив загальне поняття моральної шкоди як страждання або приниження, в свою чергу рівень яких має бути оцінений судом в сукупності з усіма обставинами, мотивами протиправних дій, тривалості, повторюваності, наслідків, та у деяких випадках здоров'я та віку особи потерпілого. У цій справі споживач звернувся з позовом про відшкодування шкоди. Суд встановив протиправність дій відповідача, внаслідок яких позивач зазнав негативного впливу емоцій – страждань, а, отже, було встановлено причинно-наслідковий зв'язок між протиправністю дій відповідача та шкодою [22].

Нещодавно, на практиці, з'явилась тенденція до подання групового позову як ефективного механізму захисту споживачів. Проте українське законодавство має певні прогалини щодо розгляду колективних позовів з заподіяння моральної та матеріальної шкоди, особливо враховуючи пандемію коронавірусу та збільшення масового порушення прав споживачів у вигляді неякісних товарів та послуг. Необхідність впровадження такого виду позову обґрунтована збільшенням якості контролю ринку товарів та послуг [47, с. 35].

Отже, способи захисту – це конкретні правові вимоги, який обирає споживач з метою усунення чи компенсації наслідків правопорушення зі сторони продавця.

Основною підставою для застосування способів захисту є юридичний факт порушення права споживача продавцем. За порушення прав споживачів законодавством передбачені наступні способи захисту: відшкодування майнової та/або моральної шкоди, виплата неустойки, розірвання договору або деяких його положень, усунення недоліків товару тощо. Вибір способу захисту першочергово покладається на споживача, як на потерпілу сторону і від цього вибору залежить наслідки якісно будуть задоволені її вимоги.

2.4. Захист прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу, укладеним за допомогою електронних ресурсів

Двадцять перше століття характеризується бурхливим розвитком мережі Інтернет. Використання новітніх технологій дає можливість виконати велику кількість операцій, придбати товар чи замовити послугу, не витрачаючи зайвого часу. Сучасне суспільство все більш залучає інформаційну мережу Інтернет майже до всіх сфер життєдіяльності, особливо це стосується різних видів торгівлі.

Особливу актуальність дана тематика набула з останніми подіями у світі – пандемією COVID-19. У цей період значно активізувалася Інтернет-торгівля, яка захопила не тільки Україну, але й весь світ.

Технологічний розвиток викликав свою потребу в належній реалізації та захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу, укладеного за допомогою електронних ресурсів (далі – електронний договір; договір, укладений з використанням інформаційних мереж).

Частина перша статті 207 ЦК України містить поняття електронний правочин за договором роздрібної купівлі-продажу – це правочин, укладення якого здійснюється за допомогою засобів дистанційного зв'язку, а частина 1 статті 205 містить дозвільну норму про укладання електронних правочинів, проте поки що відсутній достатній механізм захисту споживачів, що дає змогу недобросовісним продавцям уникнути належної відповідальності.

Закон України «Про захист прав споживачів» також передбачає можливість укладання електронних споживчих договорів. Так, відповідно до пункту 8 частини першої статті 1 вищезазначеного Закону такий договір є договором, що укладений за допомогою засобів дистанційного зв'язку поза торговельними або офісними приміщеннями. Він не є окремим видом договору роздрібної купівлі-продажу, а лише одним із способів укладання договору роздрібної купівлі-продажу.

Згідно із пунктом 11 частини першої статті 1 Закону України «Про захист прав споживачів» засобами дистанційного зв'язку є телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, зокрема Інтернет, які можуть використовуватися для укладення договорів на відстані.

Як було зазначено, правове регулювання електронної форми договорів закріплено і в Законі України «Про електронну комерцію». Так частина п'ята статті 3 цього Закону визначає електронний договір як домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав і обов'язків та оформлена в електронній формі [7].

Дослідивши це питання, ми сформулювали визначення електронного договору як договору роздрібної купівлі-продажу, укладення якого здійснюється за допомогою засобів дистанційного зв'язку поза торговельними або офісними приміщеннями та має усі ознаки як і звичайний договір роздрібної купівлі-продажу як усний чи письмовий правочин між споживачем і продавцем (виконавцем) про якість, терміни, ціну та інші умови, за яких реалізується продукція.

При цьому проект Закону «Про захист прав споживачів» передбачає поняття «дистанційний договір» як договір, укладений з використанням виключно засобів дистанційного зв'язку, у тому числі електронного та посилається на Закон України «Про електронну комерцію», відповідно до якого існують особливості укладання електронного договору, однією з яких є підписання такого договору сторонами шляхом електронного підпису, електронно-цифрового підпису, електронного підпису одноразовим ідентифікатором, аналога власноручного підпису відповідно до статті 12 цього Закону. З цього випливає, що договори, укладені електронно шляхом підпису сторонами вважаються такими, які укладені письмово, а інші, в яких акцепт відбувається шляхом простого оформлення замовлення з «кошику» товарів на сайті продавця, відповідно до частини 1 статті 639 ЦК України будуть вважатися усними.

Проте, позитивним фактом є пропозиція, висвітлена у Концепції оновлення ЦК України. Так, у параграфі 1.16 зазначається необхідність перегляду підходів до форми правочину у сфері електронної комерції, а також повноцінного функціонування даних відносин, що може свідчити про майбутній розвиток та формування сучасних норм у сфері цифрової економіки України [42].

Розглянемо особливості правового регулювання договору роздрібною купівлі-продажу, укладеного за допомогою електронних ресурсів.

Положення частини другої статті 13 Закону України «Про захист прав споживачів» закріплює право споживачів при укладенні договору роздрібною купівлі-продажу за допомогою електронних ресурсів на надання інформації споживачам інтернет-магазинами про їх права і необхідні дії щодо захисту цих прав.

Відповідно до частини другої статті 13 Закону України «Про захист прав споживачів», продавець перед укладенням договору купівлі-продажу зобов'язаний надати інформацію щодо найменування, місцезнаходження продавця, опису, ціни, умов доставки та оплати товару, порядку прийняття претензій, пропозицій, тривалості та порядку розірвання договору тощо.

Однією з проблем даного виду правочину є недостатній обсяг реалізації прав порівняно зі звичайним договором роздрібною купівлі-продажу. На практиці покупець на відстані не завжди отримує достатню інформацію про товар, не може перевірити якість та безпеку продукції або отримує неправдиву інформацію про товар.

Це, в першу чергу, пояснюється тим, що в мережі Інтернет з'явилася велика кількість недобросовісних продавців, які не розміщують інформацію про товар, публікують неправдиві відомості та дані про інтернет-магазин або взагалі продається не той товар, який рекламується.

Окремою неврегульованою сферою є роздрібна купівля-продаж з використанням соціальних мереж. Зокрема, досить розповсюдженим є створення фейкових сторінок, на яких відсутня можливість виявити наявність справжнього

продавця, товару у нього, реальних відгуків та підписок на сторінку та що найголовніше – особу продавця, особисті дані якого не є обов'язковими до опублікування для покупців. Все це має правові наслідки, які полягають в ускладненні захисту споживачами своїх прав.

Водночас можливо зазначити, що на сьогодні питання електронної торгівлі більшою мірою адаптовано до європейських стандартів, наприклад до Директиви 1999/44/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 25.05.1999 [76], Директиви 2009/22/ЄС [32], Директиви 2011/83/ЄС про права споживачів [76], Регламент № 524/2013 Європейського Парламенту та Ради ЄС «Про врегулювання спорів за участю споживачів онлайн» (далі – Регламент) [32], зокрема, шляхом прийняття Закону України «Про електронну комерцію».

Визначення «договору онлайн купівлі-продажу» згідно з європейськими стандартами охоплює договір продажу або надання послуг, де продавець або посередник продавця, запропонував товари або послуги через сайт або за допомогою інших електронних засобів, і споживач замовив ці товари або послуги на зазначеному сайті або за допомогою інших електронних коштів. Це повинно ставитися також до випадків, де споживач отримав доступ до сайту або іншої інформаційної послуги через мобільний електронний пристрій, таке як мобільний телефон.

Позитивними змінами у вітчизняному законодавстві з огляду на європейський досвід стало те, що електронний договір, укладений через мережу Інтернет, став вважатися звичайним договором і до нього можуть застосовуватися положення про захист прав споживачів на загальних підставах, зокрема подання позову до суду та прийняття електронних документів як доказів.

Також слід зазначити, що стаття 7 Закону України «Про електронну комерцію» містить зобов'язання продавця надавати певну інформацію про себе як суб'єкта підприємництва, як то найменування або прізвище, ім'я фізичної особи-підприємця (далі – ФОП), місцезнаходження юридичної особи або місце

реєстрації та місце фактичного проживання ФОП, електронну адресу та реєстраційний номер облікової картки платника податків, серію та номер паспорта тощо, проте цієї інформації не завжди достатньо для захисту прав споживача у суді.

Так, продавці не завжди знають свої обов'язки та не в повній мірі надають потрібну інформацію, або така інформація може бути не справжньою. Крім того трапляються випадки здійснення шахрайських дій, коли продавці товару просять перерахувати кошти на електронні гаманці або подібні засоби електронних розрахунків, які неможливо відстежити і які не прив'язані до особистих даних особи-продавця.

Тому, з метою захисту від подібних дій вважаємо за доцільне додати до частини другої статті 13 Закону України «Про захист прав споживачів» обов'язкові дані банківської картки чи рахунок з прив'язкою до особи продавця.

Дійсно, у випадку порушення прав за договором купівлі-продажу споживач має знати, як захистити свої права та хто є відповідачем у випадку подання позовної заяви до суду.

Однією з найпоширеніших проблем є так звані «фіктивні» продавці товару або магазини, які пропонують придбати товар, якого не існує. Насправді їх основна мета лише заволодіння коштами покупця у повному обсязі або за передплатою у розмірі 10-50%. Такі електронні ресурси зазвичай не містять відгуків, а самі сторінки існують недовго і часто змінюють особисті дані – номери телефонів, адреси тощо.

Аби захиститися від таких недобросовісних продавців, недостатньо мати їх номер телефону, ім'я чи інші реквізити, оскільки ця інформація може бути недостовірною. Тому задля захисту прав покупця слід зобов'язати Інтернет-платформи з продажу перевіряти особисті дані покупця та мати місце для відгуків від справжніх покупців.

Крім того, дуже часто продавець товару викладає лише рекламні фото товару, не додаючи при цьому власностворених. Це може ввести в оману покупця, оскільки реальні фото товару можуть значно відрізнятися від

реklamних та не відповідати принципу належної поінформованості. Адже покупець не може розглянути та відчутти на дотик річ перед придбанням, а тому має покладатися лише на добросовісність продавця.

З метою захисту споживача від несумлінних продавців пропонуємо внести до частини другої статті 13 Закону України «Про захист прав споживачів» вимогу на створення та виклад реального виду товару, який пропонується на онлайн-платформі.

Підтвердження згаданих проблемних питань знаходимо і в судовій практиці.

Так у справі №235/1462/17 позивач здійснив замовлення телефону на інтернет-сторінці відповідача та отримав товар поштою. В результаті огляду покупки виявилось, що на зворотньому боці телефону міститься гарантійна наліпка, зміна, видалення або пошкодження якої тягне за собою анулювання гарантії. Проте позивач про це повідомлений не був, а зображення телефона, яке розміщене на сторінці інтернет-магазину, не відповідало його справжньому вигляду і не містило даної наліпки. Відповідач вимагав повернення товару поштою, в результаті кошти не повернув, товар не прийняв. З'ясувавши всі обставини справи, суд касаційної інстанції задовольнив вимоги позивача та направив на новий розгляд до суду апеляційної інстанції [23].

На нашу думку, суд прийняв справедливе рішення, оскільки в цьому випадку наявне порушення прав споживача на інформацію про продукцію.

Також, досить розповсюдженим є те, що при укладенні договорів купівлі-продажу за допомогою електронних ресурсів, споживач отримує товар, який не підійшов йому з будь-яких причин. Але продавець відмовляється прийняти повернення товару посилаючись на власні міркування, а не частиною 2 статті 9 Закону України «Про захист прав споживачів». У такому випадку споживач та продавець мають розуміти, що на такий вид договору поширюються приписи споживчого законодавства.

На нашу думку, продавець сам повинен бути обізнаний у цьому і повідомляти покупців щодо можливості обміну та повернення товару у

належний термін. Виникає питання: як сповістити про це покупця, якщо навіть продавець інколи не знає про ці норми закону?

Споживач, наприклад, зможе себе захистити лише обираючи перевірені зареєстровані онлайн-платформи, веб-сайти та інтернет-магазини для покупок, а продавець відповідно до частини другої статті 13 Закону України «Про захист прав споживачів» і так має обов'язок інформування покупця про його право обміну та повернення товару.

Доволі часто трапляються випадки, коли покупець здійснив передплату за товар, а товар або не надіслано продавцем взагалі, або надсилається у занадто довгий термін, чим порушує право покупця на отримання замовлення у строк та належним чином.

Відповідно до положень частини першої статті 530 та статті 663 ЦК України товар має бути переданий покупцеві у строк, встановлений договором купівлі-продажу, а якщо зміст договору не дає змоги визначити цей строк, або він визначений моментом пред'явлення вимоги, покупець має право вимагати його виконання у будь-який час. Тобто ця норма не передбачає конкретики, чим можуть маніпулювати продавці.

Ми вважаємо, що доцільно доповнити статтю 10 Закону України «Про захист прав споживачів» наступним положенням: «Максимальний термін надсилання товару після отримання передплати або повної оплати товару здійснюється розумні строки, але не пізніше 30-ти денного терміну, якщо інше не встановлено договором».

Необхідно зазначити, що з проблемами роздрібної торгівлі у мережі Інтернет стикаються усі країни, особливо розвинуті, де така форма правочинів особливо поширена. Тому, при розробці законодавства у сфері захисту прав споживачів Україні слід врахувати досвід ЄС та інших держав.

Основні стандарти ЄС охоплюють значну низку питань, які пов'язані з певними аспектами безпеки продукції, укладанням договорів у сфері електронної комерції, правами споживачів та способами їх захисту.

Основоположним законодавчим актом про вирішення спорів онлайн у

позасудовому порядку в Європейських країнах є Регламент (ЄС) 524/2013 (далі – Регламент), який було ухвалено як доповнення до Директиви 2013/11/ЄС (далі – Директива) [29] з альтернативного вирішення спорів (далі – АВС) у сфері споживання. Головною метою його є спрощення системи захисту прав споживачів, запровадивши європейську платформу для онлайнного вирішення спорів (Online Dispute Resolution Platform) (далі – платформа)[74].

Функціями платформи згідно з частиною 4 статті 5 Регламенту є:

- надання електронного бланку скарги для заповнення заявником;
- інформування відповідача про скаргу;
- визначення компетентної установи альтернативного вирішення спорів та направлення скарги до такої установи, до якої сторони погодились звернутися;
- безкоштовне надання інструменту електронного управління справою, яке дасть можливість сторонам та установі альтернативного вирішення спорів провести процедуру вирішення спору онлайн через платформу;
- забезпечення сторін та установи альтернативного вирішення спорів перекладом інформації, яка є необхідною для вирішення спору; обмін такою інформацією здійснюється через платформу;
- створення електронної форми, за допомогою якої сторони направляють інформацію установі альтернативного вирішення спорів;
- забезпечення системи зворотного зв'язку з тим, щоб сторони мали можливість висловити свою думку про функціонування платформи, тощо.

За створення, підтримку, технічне обслуговування та забезпечення безпеки цієї платформи відповідає Єврокомісія. Платформа працює на безоплатній основі всіма офіційними мовами ЄС. Продавці, що діють на території ЄС та пропонують договори онлайнних купівлі-продажу чи надання послуг, зобов'язані розміщувати на своїх веб-сайтах електронне посилання на платформу з метою інформування споживачів [74].

Нагадаємо, що в Україні минулого року на тлі лібералізації бізнесу було скасовано книгу скарг та пропозицій. Вона була запроваджена у торгівлі та у закладах громадського харчування ще за радянських часів з метою захисту прав

споживачів через фіксацію у ній фактів їх порушення, рекомендацій та відгуків.

У сучасному світі така форма захисту прав споживача стала неефективною і жодним чином не вирішувала проблем, які виникали у цій сфері. Практика ведення книг скарг і пропозицій в епоху розвитку інтернет-мереж стала застарілою та неефективною.

Скасування книги скарг та пропозицій відповідає європейським та світовим стандартам і зможе налагодити правильну комунікацію між бізнесом і споживачем.

На сьогодні з розвитком цифрових технологій з'явилися більш зручніші та ефективніші способи для споживача залишити скаргу або відгук: це відгук на офіційному веб-сайті, сторінці в соціальних мережах або профілі продавця, Картах Google торговельного закладу або на спеціалізованих незалежних веб-сайтах з відгуками (форумах) та прямі звернення до Держпродспоживслужби, ДФС або до суду.

Водночас ми вважаємо, що слід створити електронний аналог книг скарг та пропозицій – веб-сайт, на якому буде розміщено базу с продавцями та інтернет-магазинами, обов'язкову інформацію про них та відгуки та пропозицій від справжніх зареєстрованих покупців. Крім цього, там можна буде ознайомитися з усіма правами, обов'язками та механізмами захисту прав споживачів. Це, по-перше, ґрунтовно захистить права учасників торгівельних відносин, а, по-друге, зменшить навантаження на правоохоронні та судові органи. Здійснення бізнесу на засадах дотримання прав споживачів забезпечить продавцям позитивну ділову репутацію та надасть змогу виграти в конкурентній боротьбі за споживача.

Отже, здійснюючи покупки товару через електронні майданчики в мережі Інтернет, споживачі з обережністю ставляться до придбання товарів саме таким способом. Це багато в чому пов'язано з відсутністю довіри та впевненості з боку споживачів у легкому механізмі захисту прав у разі їх порушення.

Для вирішення цієї проблеми, зокрема, покликано і належне правове регулювання цієї сфери, яке поки що має певні прогалини. Однією з проблем

даного виду правочину є недостатній обсяг реалізації прав порівняно зі звичайним договором роздрібної купівлі-продажу. На практиці покупець на відстані не завжди отримує достатню інформацію про товар, не може перевірити якість та безпеку продукції або взагалі отримує неправдиву інформацію про товар.

Тому першим необхідним кроком є удосконалення законодавства: доповнення відповідних статей Закону України «Про захист прав споживачів» нормами щодо обов'язковості створення та викладу реального виду товару, який пропонується до продажу на онлайн-платформі, обов'язкові дані банківської картки чи рахунок з прив'язкою до особи продавця. Водночас втілення вищезазначених норм при здійсненні операцій за електронним договором купівлі-продажу потребує посилення реальних заходів кібербезпеки в інтернет-просторі з метою забезпечення захисту, конфіденційності, цілісності та доступності персональних даних споживачів (як продавців, так і покупців).

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Досліджуючи питання захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі- продажу нами зроблено наступні висновки.

1. Договір роздрібної купівлі-продажу – це вид договору, за яким одна сторона (суб’єкт підприємницької діяльності) має зобов’язання продати товар, а друга – споживач, придбати та оплатити товар з метою споживчого (особистого) використання. При цьому, договір роздрібної купівлі-продажу, із врахуванням всіх особливостей, розглянутих у роботі, можна виокремити в специфічний вид договору купівлі-продажу.

2. Споживач – це фізична особа, яка виступає покупцем певних благ для власного споживчого використання (для особистих потреб). Слід зазначити, що термін «споживач» вживається в різних галузях права (конституційне, цивільне, господарське) тощо та має відмінності в його розумінні. Так, в різних нормативно-правових актах під споживачем розуміють як фізичну, так і юридичну особу. Вважаємо віднесення юридичних осіб до категорії споживачів є помилковим, адже зміст споживчих відносин полягає в придбанні товарів, робіт, послуг для задоволення будь яких особистих потреб, не пов’язаних із здійсненням господарської діяльності, що суперечить сутності юридичної особи. Споживач також не обмежується категорією «громадянин», оскільки відповідно до конституційних положень, споживачем може бути як іноземець, так і особа без громадянства. Права споживачів є суб’єктивними правами кожної особи, які є невіддільним від неї та виникають у зв’язку зі вступом у відносини щодо договору роздрібної купівлі-продажу. Вони є складовою цивільних правовідносин. Основа суб’єктивного цивільного права у контексті прав споживачів є квінтесенцією дозволеної поведінки зі сторони споживача, тобто право діяти певним чином, правомочність виконання ним своїх обов’язків та захист від порушень такого суб’єктивного права, який гарантується державою. Основними правами споживача у договорі роздрібної купівлі-продажу є права, закріплені статтею 8 Закону «Про захист прав споживачів», зокрема такі, як:

належне обслуговування та належну якість товару; необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця); пропорційне зменшення ціни; безпеку продукції; об'єднання в громадські організації споживачів (об'єднання споживачів); звернення до суду та інших уповноважених органів державної влади за захистом порушених прав; безоплатне усунення недоліків товару в розумний строк; відшкодування витрат на усунення недоліків товару; розірвання договору та повернення сплаченої за товар право на грошової суми; вимагання заміни товару на такий же товар або аналогічний, що є в наявності у продавця тощо. При цьому проєкт Закону «Про захист прав споживачів» з-поміж інших виділяє нові права, такі як – право на освіту та/або просвіту та на ввічливе торговельне обслуговування. Проте, на нашу думку, механізм реалізації даних прав потребує вдосконалення у зв'язку з недостатньою конкретизацією захисту даних категорій прав та механізму їх запровадження та виконання. Також наразі неврегульованим питанням є право на обмін товару неналежної якості споживачем, якщо товар був розпакований. Принагідно зауважимо, що в проєкті закону «Про захист прав споживачів», внесеному Кабінетом Міністрів України дане питання врегульоване.

3. Захист прав споживачів – сукупність норм та механізмів спрямованих на захист споживача як суб'єкта договору роздрібної купівлі-продажу визначає поняття захисту прав споживачів, яке спрямоване безпосередньо на відновлення порушеного суб'єктивного права споживача та превентивні заходи щодо запобігання такому порушенню. Підставою для захисту прав споживачів є певний юридичний факт, який в свою чергу породжує настання певних юридичних наслідків та появу у осіб (споживачів) кола прав та обов'язків. Серед них: включення у відповідний договір умов, що обмежують права споживача, ведення нечесної підприємницької практики, реалізація продукцію, яка є небезпечною, неналежної якості, фальсифікованою, встановлення недоліків товару, завідоме встановлення умов покупки товару споживачем, ознайомитись з якими продавець не надав можливості;

одностороння зміна продавцем певних умов договору, коли право на таку зміну не було передбачено і споживача було введено в оману; зміна характеристик продукції продавцем у предметі договору та в односторонньому порядку. Основним проблемними аспектами слід відзначити відсутність достатньої інформації у покупця при виборі ним товару та розповсюджений інститут підробок серед виробників та продавців, недостатню юридичну обізнаність суб'єкта господарювання тощо.

4. Основними формами реалізації такого захисту на сьогоднішній день виступають: судовий захист, адміністративний захист, самозахист та альтернативна форма захисту (переважно медіація). Серед них найбільш ефективним, звичним для споживача та найбільш популярним є судовий захист. Позитивними моментами є те, що споживач не сплачує судовий збір за подання позову, проте серед негативних моментів слід відзначити достатньо довгий строк розгляду позову та необхідність мати певні юридичні знання для правильної кваліфікації юридичного факту. Адміністративний захист значно відстає через свою недостатню ефективність, а, отже, є питання, що потребують додаткового вирішення. По-перше, згадуючи про адміністративний захист у контексті Держпродспоживслужби, необхідно зазначити, що вона багато разів реорганізовувалась, що значно вплинуло на якість та результати її діяльності. Окрім того, діяльність органів місцевого самоврядування вказує на низьку роль у здійсненні захисту прав споживачів, на що впливає, зокрема і застаріла нормативно-правова база. Отже, одним з основних завдань є удосконалення діючого механізму захисту на місцевих рівнях, зокрема, розширення кола повноважень спеціальних структурних підрозділів із захисту прав споживачів, на які буде покладатися обсяг повноважень, спрямований на оперативне вирішення заяв та скарг споживачів, контроль за дотриманням якості та безпечності продукції та організації обслуговування споживачів на місцевому рівні. Розглядаючи медіацію як форму реалізації захисту прав споживачів, слід звернути увагу на її обмеженість та непопулярність в процесі вирішення споживчих спорів. Це пов'язується перш за все із низькою обізнаністю про такий

спосіб захисту в суспільстві. Зокрема, першим кроком до набрання популярності медіації могло б стати прийняття Закону України «Про медіацію».

5. Способи захисту прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу – це конкретний вид правових вимог, який обирає споживач з метою усунення чи компенсації наслідків правопорушення зі сторони продавця. Так, частина 2 статті 16 ЦК України визначає загальний перелік способів захисту порушеного права, які споживач має можливість обрати. В контексті захисту прав саме споживачів, ми вважаємо, що серед способів захисту можна виділити наступні: самозахист як найпростіший спосіб захисту (наприклад, залишення відгуку на сторінці продавця), основним проблемним питанням якого є те, що цей спосіб захисту є лише превентивною мірою для інших споживачів, проте не гарантує припинення порушення прав споживача продавцем; визнання права та визнання правочину недійсним, зміна правовідношення, припинення правовідношення – можуть реалізовуватися поряд з відшкодуванням моральної та майнової шкоди та є найбільш ефективними та розповсюдженими способами. Відшкодування моральної та майнової шкоди здійснюють не тільки відновлюючу функцію, але у деяких випадках і превентивну. Судова практика свідчить про те, що суди зазвичай занижують розмір моральної компенсації, особливо порівнюючи з першочерговими позовними вимогами. Міжнародна практика навпаки більше спрямована на збільшення моральної компенсації споживачу. При цьому наразі не відрегульоване питання розміру відшкодування шкоди і воно однозначно потребує вирішення шляхом вдосконалення критеріїв для призначення такого відшкодування, а саме розробки та прийняття Кабінетом Міністрів України методики обчислення розміру відшкодування моральної шкоди у споживчих спорах. Крім того, дане питання корелюється і з Концепцією оновлення ЦК України.

6. Електронний договір купівлі продажу за участю споживача – це договір роздрібної купівлі-продажу, укладення якого здійснюється за допомогою засобів дистанційного зв'язку поза торговельними або офісними приміщеннями та має усі ознаки як і звичайний договір роздрібної купівлі-продажу як усний чи

письмовий правочин між споживачем і продавцем (виконавцем) про якість, терміни, ціну та інші умови, за яких реалізується продукція. При цьому проект Закону «Про захист прав споживачів» передбачає поняття «дистанційний договір» як договір, укладений з використанням виключно засобів дистанційного зв'язку, у тому числі електронного та посилається на Закон України «Про електронну комерцію», відповідно до якого існують особливості укладання електронного договору, однією з яких є підписання такого договору сторонами шляхом електронного підпису, електронно-цифрового підпису, електронного підпису одноразовим ідентифікатором, аналога власноручного підпису відповідно до статті 12 цього Закону. З цього випливає, що договори, укладені електронно шляхом підпису сторонами вважаються такими, які укладені письмово, а інші, в яких акцепт відбувається шляхом простого оформлення замовлення з «кошику» товарів на сайті продавця, відповідно до частини 1 статті 639 ЦК України будуть вважатися усними.

На основі вищевикладеного нами сформульовано наступні пропозиції щодо вдосконалення законодавства України щодо захисту прав споживачів в договорі роздрібної купівлі-продажу:

- доповнити частину другу статті 13 Закону України «Про захист прав споживачів» пунктом 10 такого змісту: «Суб'єкт господарювання зобов'язаний створити та розмістити на онлайн-платформі купівлі-продажу товарів реальний вид товару, який пропонується»;
- доповнити статтю 8 Закону України «Про захист прав споживачів» частиною у такій редакції «У разі повторного гарантійного ремонту недоліків споживач має право на пропорційне зменшення ціни товару, відшкодування збитків або повернення коштів за товар»;
- доповнити статтю 9 Закону України «Про захист прав споживачів» частиною 4 в такій редакції «Споживач має право обмін товару належної якості у випадку невідповідності товару договору»;
- доповнити Закон України «Про захист прав споживачів» статтею 20-1 такого змісту: «Компетентний орган створює та координує функціонування

електронного аналогу книги скарг та пропозицій – веб-сайт, на якому є доступ до офіційної інформації з державних реєстрів про суб'єктів господарювання, що під час своєї діяльності вступають у відносини із споживачами, з технічною можливістю залишати користувачам (споживачам) відгуки та пропозицій щодо їх роботи. Функціонал сторінки також забезпечує доступ до інформації про права, обов'язки та механізм захисту прав споживачів».

Як відомо, всі споживачі, а ними є кожен з нас, як найбільш вразливі учасники торговельних відносин, потребують посилених форм і способів захисту, особливо у випадках укладання правочинів в електронній формі, а також набуття необхідних гарантій, що забезпечують реалізацію їх законних прав та інтересів. Вважаємо, запропоновані пропозиції частково посприяють вирішенню даних проблем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України від 28 червня 1996 р. (зі змінами і доповненнями). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> (дата звернення: 07.04.2020).
2. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: ратифіковано із заявою Законом № 1678-VII від 16.09.2014. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text (дата звернення: 23.08.2021).
3. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV. URL: <http://www.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 27.04.2021).
4. Цивільний процесуальний кодекс України: Закон України від 18.03.2004 р. № 1618-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1618-15> (дата звернення: 01.06.2021).
5. Господарський кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 року № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 06.05.2021).
6. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-XII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 29.04.2021).
7. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/main/675-19> (дата звернення: 29.04.2021).
8. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності: Закон України від 05 квітня 2007 р. № 877-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/877-16#Text> (дата звернення: 02.07.2021).
9. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13 січня 2011 року № 2939-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> (дата звернення: 02.07.2021).

10. Про внесення змін до Господарського процесуального кодексу України, Цивільного процесуального кодексу України, Кодексу адміністративного судочинства України та інших законодавчих актів: Закон України від 03.10.2017 № 2147-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2147-19> (дата звернення: 15.07.2021).

11. Про третейські суди: Закон України від 11.05.2004 р. №675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1701-15> (дата звернення: 14.07.2021).

12. Про відповідальність за шкоду завдану внаслідок дефекту продукції: Закон України від 19.05.2011 № 3390-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3390-17#Text> (дата звернення: 18.07.2021).

13. Про звернення громадян: Закон України від 02.10.1996 № 47. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 06.11.2021).

14. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення: постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 р. № 833. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text> (дата звернення: 30.04.2021).

15. Про затвердження Положення про Державну службу України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів: постанова Кабінету Міністрів України від 2 вересня 2015 року № 667. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/667-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 01.07.2021).

16. Про схвалення Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів на період до 2020 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 29.03.2017 № 217-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/217-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 23.08.2021).

17. Про затвердження Порядку складання, подання та опрацювання запитів на публічну інформацію, розпорядником якої є Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів, та форм для подання таких запитів: наказ Міністерства

аграрної політики та продовольства від 14.02.2018 № 71. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0261-18#Text> (дата звернення: 02.07.2021).

18. Постанова Великої Палати Верховного суду від 15.05.2019, судова справа № 331/5054/15-ц. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/82316169> (дата звернення: 12.06.2021).

19. Постанова Великої Палати Верховного від 21.03.2018 р. у справі № 761/24881/16-ц. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/VS180444.html (дата звернення: 12.06.2021).

20. Постанова Верховного суду від 07.11.2018, судова справа № 521/18881/16-ц. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/79878308> (дата звернення: 29.05.2021).

21. Постанова Верховного суду у складі колегії суддів Касаційного господарського суду від 30.09.2020, у справі № 927/787/19. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/91939665> (дата звернення: 18.07.2021).

22. Постанова Верховного суду у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду від 30.09.2020, у справі № 464/3789/17. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/81046506> (дата звернення: 22.07.2021).

23. Постанова Верховного Суду у складі колегії суддів Другої судової палати Касаційного цивільного суду від 16.10.2019, у справі № 235/1462/17. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/85111300> (дата звернення: 23.07.2021).

24. Постанова Чернігівського апеляційного суду від 12.04.2021, у справі № 751/7892/17. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/96200354> (дата звернення: 29.05.2021).

25. Рішення Рівненського міського суду Рівненської області від 23.09.2020, судова справа № 569/8793/20. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/91792792> (дата звернення: 07.05.2021).

26. Про захист прав споживачів: проєкт Закону від 05.10.2021 р. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=72932 (дата звернення: 10.10.2021).

27. Про медіацію: проєкт Закону від 02.02.2021 р. №3504. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=68877 (дата звернення: 14.07.2021).

28. Керівні принципи для захисту інтересів споживачів: Резолюція 39/248 Генеральної Асамблеї ООН від 09.04.1985. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_903#Text (дата звернення: 23.08.2021).

29. Про альтернативне вирішення спорів за участі споживачів: Директива Європейського парламенту та Ради Європейського Союзу від 21.05.2013 року № 2013/11/EU. URL: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServLexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:165:0063:0079:EN:PDF> (дата звернення: 06.07.2021).

30. Про загальну безпеку продукції: Директива Європейського Парламенту та Ради ЄС від 03.12.2001 (№ 2001/95/ЄС). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_008-01#Text (дата звернення: 08.05.2021).

31. Про захист прав споживачів в дистанційних контрактах: Директива від 29. 02. 2002/97/7/ЄС Європейського парламенту та Ради Європейського Союзу. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_245#Text (дата звернення: 05.05.2021).

32. Про онлайн вирішення споживчих спорів і внесення змін і доповнень до Регламенту (ЄС) № 2006/2004 та Директиви 2009/22/ ЄС: Регламент (ЄС) № 524/2013 Європейського Парламенту та Ради від 21 травня 2013 року (дата звернення: 22.07.2021).

33. Щодо несправедливих умов споживчих договорів: Директива Європейського парламенту та Ради Європейського Союзу від 05.04.1993 року № 93/13/ EEC. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_45878 (дата звернення: 19.05.2021).

34. Антонюк К.І. Забезпечення безпеки споживання в Україні в процесі євроінтеграції: теоретико-методологічні основи та прикладні аспекти: монографія. Запоріжжя, 2020. 452 с. URL:

<http://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-09/monografiya.pdf> (дата звернення: 23.04.2021).

35. Банасевич І.І. Споживчий договір: поняття та ознаки. *Науковий вісник публічного та приватного права*. 2018. Вип. 5. Т.1. С.76-80. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj5ife8uebzAhWXOewKHdrPBYgQFnoECAMQAAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.nvppp.in.ua%2Fvip%2F2018%2F5%2Ftom_1%2F18.pdf&usg=AOvVaw1EnouXCjrj0P3qlI8lWGkOh (дата звернення: 23.08.2021).

36. Горблянський В. Я. Захист прав споживачів за договором про надання послуг: дис. ... докт. юрид. наук: 12.00.03. ННЮІ ДВНЗ ПНУ ім. В. Стефаника. Івано-Франківськ, 2019. 200 с.

37. Гудима М. М. До питання про поняття предмета цивільного договору. *Наук. вісник Ужгород. нац. ун-ту*. 2014. Вип. 23. Ч. І. Т. 1. С. 182–186.

38. Грабовська Г.М. Форми та способи захисту прав споживачів у випадку придбання ними товарів неналежної якості. *Право і суспільство*. 2014. № 4. С.62-67.

39. Гришко У.П. Захист прав споживачів транспортних послуг: дис... к.ю.н. 12.00.03. Навч.-наук. юр. інст. ДВНЗ «Прик. нац. універ. ім. В. Стефаника». Івано-Франківськ, 2016. 202 с.

40. Діденко Д. Ш. Захист прав споживачів за договором роздрібної купівлі-продажу, укладеним за допомогою електронних ресурсів. Правове регулювання цивільних відносин. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2021. С. 24-31.

41. Еволюція цивільного законодавства України: проблеми теорії і практики /кол. монографія: за ред. Я. М. Шевченко. К.: Юридична думка, 2007. 340 с.

42. Єгоричева О. Споживач як учасник споживчих правовідносин за законодавством України. *Юридична Україна*. 2012. № 7. С. 47–52.

43. Ільченко Г. О. Окремі аспекти захисту права споживачів страхових послуг на отримання страхової виплати. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси,*

право. 2015. № 4. С. 114-121. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2015_4_15 (дата звернення: 25.04.2021).

44. Ільченко Г.О. Цивільно-правовий захист прав споживачів страхових послуг: дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03. НАПН України, НДІ приват. права і підприємництва. ім. Ак. Ф.Г.Бурчака. Київ, 2016. 201 с.

45. Іваненко, Л. М. Захист прав споживачів: підручник / Л. М. Іваненко, О. М. Язвінська. К.: Юрінком Інтер, 2014. 496 с.

46. Канзафарова І.С. Теоретичні основи цивільно-правової відповідальності: монографія. Одеса. 2006. 264 с.

47. Кондрат'єва Л. Груповий позов як процесуальний засіб захисту прав споживачів. *Підприємництво, господарство і право*. 2020. № 6. С. 34- 38.

48. Концепція оновлення Цивільного кодексу України. 2020. URL: <https://drive.google.com/file/d/1ExwdnngsmvpAZJtWi836Rr6-x1quaZJQ/view> (дата звернення: 07.11.2021).

49. Кот О.О. Проблеми здійснення та захисту суб'єктивних цивільних прав: автор. дис. ... докт. юрид. наук: 12.00.03. НДППіП ім.Ак.Бурчака. Київ, 2017. 36 с.

50. Микитенко Л. Парадигма забезпечення права споживача на інформацію. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2016. № 1. С. 47-55. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2016_1_7 (дата звернення: 27.04.2021).

51. Осетинська Г.А. Захист прав споживачів: проблеми розвитку законодавства України: монографія. Київ: Ін-т законодавчих передбачень і правової експертизи НДІ приватного права і підприємництва, 2002. 128 с.

52. Осетинська Г.А. Цивільно-правовий захист споживачів за законодавством України: дис... канд. юрид. наук: 12.00.03. Київ. нац. ун-тет ім. Тараса Шевченка. К. 2006, 220с.

53. Особливості захисту суб'єктивних цивільних прав: монографія / за заг. ред. академіків НАПрН України О. Д. Крупчана та В. В. Луця. Київ: НДІ приватного права і підприємництва НАПрН України, 2012. 400 с.

54. Паснок А. Характеристика особливостей предмета договору роздрібної купівлі-продажу як однієї з його істотних умов. *Підприємництво, господарство і право*. 2017. № 2. С. 40-45. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pgir_2017_2_9 (дата звернення: 05.05.2021).

55. Подковенко Т. Медіація: міжнародно-правові стандарти. ISSN 2524-0129. *Актуальні проблеми правознавства*. Випуск 4 (12). 2017. С. 49.

56. Полуніна О. О. Поняття та ознаки договору роздрібної купівлі-продажу. *Часопис цивілістики*. 2015. Вип. 19. С. 32-36. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chac_2015_19_9 (дата звернення: 27.04.2021).

57. Полуніна О. О. Договір роздрібної купівлі-продажу за цивільним законодавством України. дис....канд. юрид. наук: 12.00.03. Одеса. 2016. 225 с.

58. Ружицька Є. О. Право споживачів на інформацію за договором роздрібної купівлі-продажу. *Право і суспільство*. 2015. № 3(2). С. 78-82. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pis_2015_3\(2\)__18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pis_2015_3(2)__18) (дата звернення: 27.04.2021).

59. Рябченко Ю.Ю. Судовий захист прав споживачів: автореф. дис... канд. юрид. наук: 12.00.03. НДІ приват. права і підприємництва Акад. прав. наук України. К., 2009. 19 с.

60. Саванець Л. Права споживача у разі придбання товару неналежної якості за законодавством Європейського Союзу. *Актуальні проблеми правознавства*. 2017. Вип. 1 (9). С. 36-42. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/24505/1/...f> (дата звернення: 12.05.2021).

61. Сидоренко Д. Підробки та контрафакт: у чому небезпека та як з ними боротися? *Юридична Газета online*. 11.06.2020. URL: <https://yur-gazeta.com/golovna/pidrobki-ta-kontrafakt-u-chomu-nebezpeka-ta-yak-z-nimi-borotisya.html> (дата звернення: 21.05.2021).

62. Станкова І. М. Компенсація моральної шкоди за неякісну та небезпечну продукцію як конституційне право споживача: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 7–8 грудня 2018 р.). Одеса, 2018. Ч. II. С. 21-23.

63. Старицька О.О. Теоретико-правова проблематика визначення поняття «споживач». *Альманах права*. 2011. Вип. 2. С. 313-315. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/63365/82>-(дата звернення: 07.05.2021).

64. Тищенко Ю. В. Визначення поняття «споживач» у конституційному праві. *Бюлетень Міністерства юстиції України*. 2010. № 10. С. 160-167. URL: http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/bmju_2010_10_22.pdf (дата звернення: 23.08.2021).

65. Фон Браунмюль П., Р. Байко, Л. Васильєва. Захист прав споживачів: стандарти ЄС та України. Київ. 2016. 40 с. URL: https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2016/05/FEAO_Zahyst_prav_EU_Ukr_A4_block_03.pdf (дата звернення: 15.07.2021).

66. Хижняк В. О. Стандарти ЄС щодо захисту прав споживачів: Уроки для України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Вип. 27(1). С. 99-102. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_27\(1\)_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_27(1)_25) (дата звернення: 07.05.2021).

67. Яновицька Г. Б. Несправедливі умови у споживчих договорах. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2019. № 4. URL: http://apnl.dnu.in.ua/4_2019/17.pdf (дата звернення: 19.05.2021).

68. Яновицька Г.Б. Альтернативні способи врегулювання спорів за участю споживачів. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: юридичні науки*. 2019. № 3. С. 58-62. URL: http://www.juris.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/3_2019/12.pdf (дата звернення: 03.07.2021).

69. Яновицька Г.Б. Міжнародно-правові принципи захисту прав споживачів у цивільному праві України. *Збірник наукових праць «Право та державне управління»*. Запоріжжя, 2018. Вип. 2. С. 77-81. URL: http://www.pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/2_2018/tom_1/15.pdf (дата звернення: 27.04.2021).

70. Цивільне право України: підручник: у 2 кн. / за ред Д. В. Боброва, О. В. Дзери, С. Кузнєцової. К.: Юрінком Інтер, 2002. Кн. 1. 695 с.
71. Державна служба з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. URL: <https://dpss.gov.ua> (дата звернення: 14.06.2021).
72. Офіційний сайт федерального інституту оцінки ризиків Німеччини. – URL: <https://www.bfr.bund.de/de/start.html> (дата звернення: 25.07.2021)..
73. Офіційний сайт союзу споживачів США. URL: <https://www.consumerreports.org/cro/index.htm> (дата звернення: 25.07.2021).
74. Офіційне посилання на платформу для онлайнного вирішення спорів (Online Dispute Resolution Platform). URL: <http://ec.europa.eu/odr> (дата звернення: 25.07.2021).
75. Інформація про результати діяльності: Громадська організація «Громадський контроль захисту прав споживачів» 16.09.2019 № 548/01-л. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi3x8ub9XzAhXc_rsiHVB9AnkQFnoECAQQAQ&url=http://www.drs.gov.ua/wp-content/uploads/2019/10/Vidomosti-pro-diyalnist-20.pdf&usq=AOvVaw0aRPK__xiZNt4sLfe4iVR0 (дата звернення: 23.08.2021).
76. Directive 2011/83/EU (Directive on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council). URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011L0083> (Last accessed: 06.05.2021).