

2. Гузь О. Ю. Дискримінація як форма порушення прав людини. *Форум права*. 2012. № 2. С. 166-169. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index.htm_2012_2_28 (дата звернення: 10.03.2020).

3. Загальна декларація прав людини: Декларація, Міжнародний документ від 10.12.1948. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015#top (дата звернення: 11.03.2020).

4. Конституція України: Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 11.03.2020).

5. Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні: Закон України від 06.09.2012 № 5207-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5207-17#Text> (дата звернення: 12.03.2020).

6. Рішення палати у справі "Вілліс проти Сполученого Королівства": Європейський суд з прав людини, Рада Європи, Міжнародні суди; Справа, Рішення, Комюніке від 11.06.2002. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/980_170#Text (дата звернення: 12.03.2020).

7. Справа «Пічкур проти України» (Заява № 10441/06): Європейський суд з прав людини, Міжнародні суди; Рішення, Справа, Заява від 07.11.2013. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/974_984 (дата звернення: 12.03.2020).

8. Постанова Верховного Суду від 31 жовтня 2019 р., судова справа № 201/13021/16-ц. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/86206010> (дата звернення: 12.03.2020).

9. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 12.03.2020).

Гришко Уляна Петрівна

*кандидат юридичних наук,
викладач кафедри цивільного права,
навчально-наукового юридичного інституту
ДВНЗ «Прикарпатський національний
університет імені Василя Стефаника»*

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ПОРУШЕННЯ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ПРИ УКЛАДЕННІ ДОГОВОРУ ПОЗА ТОРГОВЕЛЬНИМИ АБО ОФІСНИМИ ПРИМІЩЕННЯМИ ТА ДОГОВОРУ НА ВІДСТАНІ

Стрімкий розвиток науково-технічного прогресу позначається і на розвитку нових різновидів цивільних правовідносин, які на сьогоднішній день є не достатньо врегульованими, що тягне за собою значну кількість порушень, зокрема й у сфері торгівлі товарами і послугами.

Поява глобальної інформаційної мережі Інтернет позначилась тим, що більшість підприємців почали здійснювати електронну торгівлю дистанційно шляхом продажу товарів поза торговельними або офісними приміщеннями, за

якої вибір товару та його замовлення не збігаються у часі з безпосереднім передаванням вибраного товару споживачам [1]. Тобто, Інтернет виступає своєю платформою, яка дає змогу не тільки ініціювати, а і навіть укласти певний правочин.

Інтернет – магазин – це інтерактивний веб-сайт, що рекламує товар або послугу; приймає замовлення щодо придбання; пропонує користувачеві вибір варіанту розрахунку; виписує рахунок щодо оплати, що є одночасно підтвердженням замовлення [2, с.60]

Відносини, що виникають між покупцем (споживачем) та «інтернет-магазином» (суб'єктом підприємницької діяльності), регулюються Цивільним кодексом України, Законом України «Про захист прав споживачів», Законом України «Про електронну комерцію», Законом України «Про електронні документи та електронний документообіг», Законом України «Про електронний цифровий підпис», Правилами продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями, проте наявний механізм, передбачений нормами чинного законодавства, далеко не завжди може гарантувати стовідсотковий захист споживачів у сфері e-commerce, одночасно даючи можливість недобросовісним представникам бізнесу уникати будь-якої відповідальності.

Вступаючи в цивільно-правові договірні відносини, обидві сторони не бачать один одного. Як правило, укладення договору відбувається в електронній формі шляхом акцепту покупцем розміщеної на веб-сайті продавця (в інтернет-магазині) публічної оферти.

Покупець приймає оферту шляхом натискання спеціальної кнопки в межах сайту продавця і заповнює форму, що відкрилася на екрані. Оплата здійснюється різними способами: банківськими картами, електронними грошима тощо. Безумовно, покупець в цьому випадку знаходиться в найбільш незахищеному становищі. Закон України «Про захист прав споживачів» регулює дистанційний спосіб купівлі-продажу, а також визначає відносини між покупцем і продавцем в разі укладення договору поза торговельними або офісними приміщеннями та у разі укладення договору на відстані (ст.12,13) [3].

Можна виділити кілька проблем правового регулювання укладення договору за участю споживача, зокрема, купівлі-продажу засобами дистанційного зв'язку (поза торговельними або офісними приміщеннями чи на відстані). Розглянемо деякі з них.

Проблема достовірності та повноти інформації про продавця (виконавця). Зважаючи на положення ст. 7 Закону України «Про електронну комерцію», продавець товарів в електронній комерції під час своєї діяльності й у разі поширення комерційного електронного повідомлення зобов'язаний забезпечити прямий, простий, стабільний доступ інших учасників відносин у сфері електронної комерції до необхідної інформації, а саме: 1) повне найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи – підприємця; 2) місцезнаходження юридичної особи або місце реєстрації та місце фактичного проживання фізичної особи – підприємця; 3) адреса електронної

пошти й/або адреса інтернет-магазину; 4) ідентифікаційний код для юридичної особи або реєстраційний номер облікової картки платника податків для фізичної особи – підприємця; 5) відомості про ліцензію (серія, номер, строк дії й дата видачі), якщо господарська діяльність підлягає ліцензуванню; 6) щодо включення податків до розрахунку вартості товару, роботи, послуги та в разі доставки товару – інформація про вартість доставки; 7) інші відомості, що відповідно до законодавства підлягають оприлюдненню [4]. Крім того, наступною проблемою є те, що найчастіше, власник сайту не є власником сервера. З цього випливає, що крім продавця і споживача з'являється і третя сторона в електронному договорі, яка може діяти в своїх власних інтересах, якщо її участь в інформаційному забезпеченні не регламентується окремим договором, який зобов'язує її надавати лише правдиву інформацію про власника сайту, якому вона надає сервер в користування на платній основі. Тобто, споживачеві, який укладає договір про покупку в Інтернеті завжди слід враховувати, що інформація про товар або продавця, що міститься на сайті, може виявитися недостовірною.

Тому, ми вважаємо за необхідне ввести законодавче регулювання відповідальності власників сайтів (продавців) за інформацію, яку вони розміщують на своїх інформаційних ресурсах і відповідним чином відображати її в електронному договорі.

Ще однією вимогою щодо захисту прав споживачів, які купляють товари за допомогою засобів дистанційного зв'язку (Інтернет), в межах права на отримання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію є обов'язок продавця надати інформацію споживачам про товари українською мовою. Це підтверджується, зокрема, рішенням Франківського районного суду м.Львова №465/6343/17 від 31.01.2018 року, відповідно до якого суд встановив, що надання інформації про товари виключно російською мовою і ненадання цієї інформації державною мовою свідчить про порушення законних прав споживача. Крім того, у п. 12 Постанови Пленуму Верховного суду України від 12.04.1996 року № 5 «Про практику розгляду цивільних справ за позовами про захист прав споживачів» зазначено, що у справах за позовами про захист прав споживачів, порушених внаслідок недостовірної або неповної інформації про товар (роботу, послугу) чи недобросовісної його реклами, суд має виходити з припущення, що споживач не має спеціальних знань про властивості та характеристики товарів (робіт, послуг) [5].

Не менш важливим для споживача є встановлення інформації щодо основних характеристик товару та його якості. Відповідно до ст. 673 Цивільного кодексу України у разі відсутності в договорі умов щодо якості товару продавець зобов'язаний передати покупцеві товар, придатний для мети, з якою такий товар зазвичай використовують [6]. Крім того, у разі продажу товару за зразком або за описом продавець повинен передати покупцеві товар, який відповідає такому зразку або опису.

На жаль, на сьогодні в цьому сегменті ринку продовжує бути присутня продукція невідомого походження, яку виставляють на продаж у різноманітних інтернет-магазинах, без підтвердження її безпечності та невідомими якісними

характеристиками. Тож, окрім іншого, необхідно встановити наявність або відсутність належного маркування національним знаком відповідності, оскільки без позначки відповідності продукція заборонена для реалізації, адже вона може становити небезпеку.

Таким чином, істотні прогалини в сучасному законодавстві в області дистанційної купівлі-продажу стають причиною виникнення проблем захисту прав споживачів. Отже, потрібна підвищена увага до розвитку законодавства і способів вирішення правових проблем, що виникають при здійсненні дистанційної купівлі-продажу товарів та послуг.

Список використаних джерел

1. Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями: Наказ Міністерства економіки України від 19.04.2007 № 103. Дата оновлення: 06.07.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1181-07> (дата звернення: 18.03.2020)

2. Письменна О.П., Баранова О.С., Шкринда О.М. Захист прав споживачів під час придбання продукції через мережу інтернет. *Порівняльно-аналітичне право*. 2015. №1. С.59-62

3. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. Дата оновлення: 27.02.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 18.03.2020).

4. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. Дата оновлення: 13.02.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення: 18.03.2020).

5. Рішення Франківського районного суду м. Львова № 465/6343/17 від 31.01.2018 року. Єдиний державний реєстр судових рішень. URL: <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/72125345> (дата звернення: 18.03.2020).

6. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 435-IV. Дата оновлення: 13.02.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 18.03.2020).