

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет «Києво-Могилянська академія»  
Факультет правничих наук  
Кафедра приватного права

**Магістерська робота**

освітній ступінь - магістр

на тему: **«ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У ДИСТАНЦІЙНИХ  
ДОГОВОРАХ»**

**«Protection of consumer rights in distance contracts»**

Виконала: студентка 2-го року навчання,  
Спеціальності  
081 Право

Куліш Соломія Іванівна



Керівник Смирнова Т.С.,  
кандидат юридичних наук, доцент

Рецензент \_\_\_\_\_

Магістерська робота захищена з  
оцінкою \_\_\_\_\_

Секретар ЕК \_\_\_\_\_

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р.

**Київ - 2022**

**Декларація  
академічної доброчесності**

Я, Куліш Соломія Іванівна, студентка 2-го року навчання магістерської програми за спеціальністю «Право» факультету правничих наук НаУКМА, адреса електронної пошти: [s.kulich@ukma.edu.ua](mailto:s.kulich@ukma.edu.ua),

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна/магістерська робота на тему «**Захист прав споживачів у дистанційних договорах**» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, передбачених пунктами 3.1.1-3.1.6 Положення про академічну доброчесність здобувачів НаУКМА від 07.03.2018 року, зі змістом якого ознайомлена;
- підтверджую, що надана мною електронна версія роботи є остаточною і готовою до перевірки;
- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності, у будь-який спосіб, у тому числі порівняння змісту роботи та формування звіту подібності за допомогою електронної системи Unichек;
- даю згоду на архівування моєї роботи в репозитаріях та базах даних університету для порівняння цієї та майбутніх робіт.

*17 червня 2022 року*



*Куліш С. І.*

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ 1 ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У ДИСТАНЦІЙНИХ ДОГОВОРАХ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>6</b>
1.1. Поняття захисту прав споживачів та його розмежування із суміжними поняттями.....	6
1.2. Сучасний стан правового регулювання захисту прав споживачів у дистанційних договорах та перспективи його розвитку.....	13
1.3. Способи захисту прав споживачів у дистанційних договорах .....	27
<b>РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У ДИСТАНЦІЙНИХ ДОГОВОРАХ: УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ ТА ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД .....</b>	<b>41</b>
2.1. Складність ідентифікації суб'єкта господарювання як основна перешкода для захисту прав споживачів.....	41
2.2. Проблемні аспекти відповідальності за порушення законодавства про захист прав споживачів .....	50
2.3. Відсутність ефективної національної системи захисту прав споживачів в позасудовому порядку .....	62
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>75</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>79</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>91</b>

## ВСТУП

*Актуальність* теми полягає в тому, що в умовах діджиталізації замовлення товарів/робіт/послуг за допомогою засобів дистанційного зв'язку, здебільшого в мережі Інтернет, стало звичним явищем. Попри це, права споживачів в Україні є недостатньо захищеними через недосконалість правового регулювання та відсутність ефективної національної практики захисту цих прав. Відтак дане дослідження зумовлено практичним інтересом, який полягає у розвитку належного рівня захисту прав споживачів у дистанційних договорах на основі досягнень іноземного досвіду, зокрема ЄС.

*Метою роботи* є дослідження рівня захисту прав споживачів у дистанційних договорах в Україні та перспектив його вдосконалення.

Для досягнення мети сформульовані такі *завдання*:

- з'ясувати поняття захисту прав споживачів, його співвідношення із охороною прав та цивільно-правовою відповідальністю;
- проаналізувати національне правове регулювання захисту прав споживачів у дистанційних договорах, його недоліки та перспективи модернізації із врахуванням досвіду ЄС;
- дослідити способи захисту, особливості їх застосування на практиці;
- розглянути складність ідентифікації суб'єкта господарювання як основну перешкоду для превентивного, судового та позасудового захисту прав споживачів, та шляхи її вирішення на основі іноземного досвіду;
- висвітлити проблеми застосування відповідальності як складової захисту прав споживачів та іноземні тенденції в цій сфері;
- проаналізувати ефективність національної системи захисту прав споживачів в позасудовому порядку у порівнянні із іноземним досвідом;
- розкрити участь маркетплейсів у сфері захисту прав споживачів.

*Об'єктом дослідження* є цивільні правовідносини щодо захисту прав споживачів у дистанційних договорах.

*Предметом дослідження є захист прав споживачів у дистанційних договорах в Україні.*

Для вирішення вищезазначених завдань були застосовані такі загальнонаукові та спеціально-наукові методи правових досліджень: 1) *антропологічний* (встановлення людиноцентристського спрямування дослідження, адже воно зосереджене на людині у якості її правового статусу як споживача); 2) *аксіологічний* (розгляд права на захист як фундаментального, яке орієнтоване на забезпечення таких цінностей як гідність, безпека, поінформованість споживача); 3) *герменевтичний* (тлумачення змісту норм актів ЄС та національного законодавства, публічних оферт маркетплейсів); 4) *порівняльно-історичний* (розгляд спроб реформування теперішнього стану захисту прав споживачів); 5) *порівняльно-правовий* (порівняння українського та іноземного досвіду щодо забезпечення прав на інформацію, на розірвання договору, на захист в позасудовому порядку, відповідальності за дефектну продукцію); 6) *аналітичний та синтетичний* (аналіз законодавства та практики захисту, узагальнення висновків та рекомендацій); 7) *конкретно соціологічний* (опитування та опрацювання його результатів).

*Методологічною базою є: 1) праці українських науковців, зокрема Г.Б. Яновицької, Г.А. Осетинської, І.О. Дзери, Н.П. Бондар, О.О. Кота, О. Тігамира; О.Ю. Черняка; 2) національне законодавство та право ЄС щодо захисту прав споживачів у дистанційних договорах; 3) публічні офери маркетплейсів; 4) судова практика України, ЄС та США; 5) результати опитування; 6) відповіді територіальних органів Держпродспоживслужби щодо їх участі у захисті споживачів.*

## РОЗДІЛ 1

### ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У ДИСТАНЦІЙНИХ ДОГОВОРАХ В УКРАЇНІ

#### 1.1. Поняття захисту прав споживачів та його розмежування із суміжними поняттями

Перш ніж досліджувати питання захисту прав споживачів в дистанційних договорах за правом України та ЄС, особливостей такого захисту на практиці, вважаємо за необхідне розкрити суть захисту прав споживачів в загальному, щоб також зрозуміти його правову природу в контексті дистанційних договорів.

Захист прав споживачів є складовою більш загального поняття, а саме інституту захисту цивільних прав та інтересів, адже права споживачів за своєю суттю належать до цивільних прав. Відтак розглянемо основні підходи до розуміння захисту цивільних прав у доктрині цивільного права.

Наприклад, Є. О. Харитонов вважає, що захист – «це правомірна реакція учасників цивільних відносин, суспільства та держави на порушення, невизнання чи оспорювання цивільного права з метою припинення порушення, поновлення чи визнання цивільного права або компенсації завданої уповноваженій особі шкоди» [1].

Схожу позицію має І. О. Дзера, відповідно до якої захистом є «система активних заходів, які застосовуються суб'єктом цивільного права, компетентними державними чи іншими органами, спрямована на усунення порушень цивільного права чи інтересу, покладення виконання обов'язку по відновленню порушеного права на порушника» [2, с. 683-684].

Водночас О. О. Кот розглядає захист у взаємозв'язку «зі стадією здійснення цих прав і виконання обов'язків», зазначаючи, що «основним завданням захисту є саме подолання перешкод, які створюються уповноваженій особі на шляху здійснення свого права, через забезпечення виконання зобов'язаною особою покладених на неї обов'язків» [3, с. 203].

На думку Ю. Д. Притики, захист – це «юридична діяльність, спрямована на усунення перешкод на шляху здійснення суб'єктами своїх прав та припинення правопорушення, відновлення положення, що існувало до правопорушення» [4, с. 16]. Таке визначення дозволяє «точніше встановити підстави і мету захисту» [4, с. 17].

На відміну від вищезазначених поглядів, де захист цивільних прав пов'язується лише із порушенням прав, цікавою є позиція щодо необхідності превентивного захисту. Наприклад, Н. П. Бондар, активно досліджуючи цю тему, вважає, що останній є субінститутом «міжгалузевого інституту захисту цивільних прав та охоронюваних інтересів» [5, с. 16]. Превентивний захист має місце, коли існує реальна загроза порушення або втрати прав [5, с. 16], та «полягає у попередженні порушення права, запобіганні негативним наслідкам протиправної поведінки «потенційного» правопорушника» [5, с. 3].

Із вищезазначених наукових підходів вбачається, що хоч кожен із них викладає бачення змісту захисту цивільних прав по-своєму, проте його суть зводиться до ключових ознак: 1) захист є активною дією в межах правомірних заходів; 2) захист потребує суб'єкта, право якого порушене або існує реальна загроза його порушення, та який самостійно або за зверненням до відповідних органів реалізовує належні та допустимі способи реагування на порушення прав або недопущення такого порушення; 3) захист спрямований на досягнення таких цілей як припинення порушення або реальної загрози порушення, відновлення прав, відшкодування шкоди у разі неможливості поновити права та усунення перешкод під час реалізації прав.

На законодавчому рівні також відсутнє визначення захисту цивільних прав чи прав споживачів. Швидше за все, це можна пояснити тим, що обрати єдино правильний варіант визначення захисту прав неможливо, про що свідчить проаналізована наукова полеміка щодо його змісту. Попри це, головне розуміти важливість ролі захисту прав, адже як доцільно підкреслює А. Г. Ярема «право, що не захищається, втрачає свою сутність» [6, с. 34].

Однак законодавець розглядає захист в кількох аспектах, що дозволяє сформулювати його загальне розуміння як правового явища. По-перше, відповідно до п. 5 ч. 1 ст. 3 Цивільного кодексу України (далі – ЦК України) судовий захист цивільних прав визнається однією із загальних засад цивільного законодавства [7], що свідчить про його універсальний характер. Хоча вважаємо, що будь-який захист прав, а не тільки судовий, варто віднести до принципів цивільного законодавства, адже система захисту будь-яких прав є відносно розгалуженою за її суб'єктним складом.

По-друге, захист сприймається як одне із прав особи у разі порушення, невизнання чи оспорювання її цивільних прав, реалізація якого забезпечується такими суб'єктами як суд, органи державної влади або місцевого самоврядування, нотаріус чи безпосередньо самою особою шляхом самозахисту (ст. 15-19 ЦК України). Звідси випливає, що захист є також діяльністю відповідних суб'єктів, яка матиме місце у разі реалізації споживачем права на захист.

По-третє, захист прав розкривається крізь реалізацію способів захисту, невичерпний перелік яких передбачений ч. 2 ст. 16 ЦК України: 1) визнання права; 2) визнання правочину недійсним; 3) припинення дії, яка порушує право; 4) відновлення становища, яке існувало до порушення; 5) примусове виконання обов'язку в натурі; 6) зміна правовідношення; 7) припинення правовідношення; 8) відшкодування збитків та інші способи відшкодування майнової шкоди; 9) відшкодування моральної (немайнової) шкоди; 10) визнання незаконними рішення, дій чи бездіяльності органу державної влади, органу влади Автономної Республіки Крим або органу місцевого самоврядування, їхніх посадових і службових осіб. Дане законодавче регулювання вказує на те, що кожний спосіб захисту, а відтак і захист, спрямовані на досягнення, закладеної в ньому мети. Тому безпідставна відмова у задоволенні мети свідчить про те, що захист не відбувся.

Також захист прав пов'язується із такою категорією як форми, у яких він по суті здійснюється. Підходи науковців щодо визначення форми захисту

відрізняються. Наприклад, О. О. Кот розуміє форму як «порядок захисту права» відповідним суб'єктом [3, с. 240]. О. П. Письменна дійшла висновку, що форму розглядають як «комплекс внутрішньо узгоджених організаційних заходів щодо захисту суб'єктивних прав і охоронюваних законом інтересів» [8, с. 14].

Також існують різні погляди на класифікацію форм захисту. Основними формами є юрисдикційна та неюрисдикційна, в основі розмежування яких є суб'єкт [9, с. 241]. Відповідно юрисдикційною формою є діяльність уповноважених органів, а не юрисдикційною – самозахист [9, с. 241]. Тобто до юрисдикційної форми належить судовий, альтернативний, адміністративний та нотаріальний захист [3, с. 245]. Іншим підходом є поділ форм на судову та позасудову, який ґрунтується на законодавчому поділі [10].

Деякі науковців розглядають захист прав у співвідношенні із такими категоріями як охорона прав та цивільно-правова відповідальність.

У літературі пропонується сприймати захист та охорону прав як не тотожні явища, при цьому існування взаємозв'язку між ними не заперечується. Найпоширенішою позицією є розмежування охорони та захисту прав за критерієм порушення прав. Наприклад, на думку О. І. Мацегоріна, охорона прав передбачає заходи, які «забезпечують кожному ... можливість належної реалізації» прав, а в разі їх порушення настає захист [11, с. 143-144].

Дотримуючись вищезазначеного підходу щодо поділу охорони та захисту прав на етапи до та після порушення прав, І. О. Дзера вважає, що охорона є ширшою категорією, для якої «визначальними є принципи забезпечення непорушності та здійснення цивільних прав та заходи, спрямовані на попередження порушень цих прав» [2, с. 683]. Натомість захист означає «відновлення вже порушеного права та усунення перешкод у його здійсненні шляхом вчинення відповідних дій» [2, с. 683].

С. Булавіна та Т. Давидова визначають рівень зв'язку між захистом та охороною таким чином, що захист розглядається як складова охорони, яка включає «встановлення юридичних засобів, спрямованих на реалізацію

суб'єктивного права та запобігання його порушенню, ... [та] регулювання правовідносин» [12, с. 29].

Отже, напрацювання науковців дозволяють дійти висновку, що захист є вужчим поняттям за охорону прав та виникає лише за потреби, тобто коли права вже порушені.

Без сумніву, також існує зв'язок між захистом прав та цивільно-правовою відповідальністю, адже заходи останньої є одними із способів захисту прав, що продемонстровано у ч. 2 ст. 16 ЦК України, де відшкодування збитків, майнової та моральної шкоди, які за своєю суттю є заходами цивільно-правової відповідальності, визнаються загальними способами захисту. Тобто усі заходи відповідальності водночас є способами захисту прав, але не навпаки. При цьому вони мають спільні ознаки, тобто, на думку Н. Кузнецової, обоє: 1) є «юридичн[ими] інструмент[ами] впливу на відповідні суспільні відносини»; 2) «спрямовані на локалізацію наслідків порушення прав»; 3) мають «чітко виражен[у] правозахисн[у] мет[у]» [13, с. 206].

Крім цього, наявність значних відмінностей між цими правовими явищами свідчить про те, що під захистом не завжди можемо розуміти застосування лише цивільно-правової відповідальності. По-перше, вона вирізняється своїм компенсаційним та майновим характером. З цього приводу О. О. Кот обґрунтовано зазначає, що заходам захисту притаманна відновлювальна функція, а цивільно-правовій відповідальності – компенсаційна, яка «стосується не самого порушеного права, а майнової сфери потерпілого» [3, с. 232].

По-друге, загальновідомо, що суть застосування цивільно-правової відповідальності полягає у додаткових обтяженнях майнового характеру для правопорушника, які на підставі ч. 1 ст. 622 ЦК України не звільняють його від виконання зобов'язання в натурі. Водночас застосування інших способів захисту прав передбачає виконання «під примусом чи його загрозою ... первісного обов'язку, який існував для особи в межах регулятивного правовідношення і не був нею виконаний» [3, с. 232]. Наприклад, такий спосіб захисту як розірвання договору купівлі-продажу внаслідок істотного недоліку у товарі є примусовим

виконанням обов'язку, який мав би бути виконаний продавцем на підставі звернення споживача. В той час як, відшкодування майнової шкоди, завданої здоров'ю споживача цим товаром, є додатковим наслідком майнового характеру, який не звільняє продавця чи виробника від первісного обов'язку розірвати такий договір та повернути кошти.

По-третє, на відміну від інших способів захисту, застосування цивільно-правової відповідальності є дещо складнішим процесом, адже, як правило, необхідно доводити наявність вини як підстави відповідальності (ч. 1 ст. 614 ЦК України).

На доктринальному рівні були спроби надати визначення захисту прав споживачів. Наприклад, Г. Б. Яновицька під таким захистом розуміє

фактичні і юридичні дії споживачів щодо захисту прав та інтересів, які передбачені у ЗУ «Про захист прав споживачів», діяльність уповноважених законом державних органів, громадських формувань із застосуванням універсальних і спеціальних заходів, способів захисту суб'єктивних цивільних прав та інтересів споживача, що спрямовані на попередження, припинення правопорушення, відновлення порушених прав, а також заходів цивільно-правової відповідальності, яка передбачена законодавством про захист прав споживачів [14, с. 211].

Даний підхід демонструє, що специфіка захисту прав споживачів полягає у можливості застосування спеціальних способів захисту та у наявності спеціальних суб'єктів захисту. Це цілком виправдано, адже на практиці застосування усіх загальних способів, визначених ч. 2 ст. 16 ЦК України, не завжди є релевантним.

При цьому варто пам'ятати про співвідношення спеціальних та загальних способів захисту. Як правило, воно полягає у тому, що спеціальний спосіб захисту має пріоритетне значення, якщо його застосування «перешкоджає одночасному застосуванню загального способу» [3, с. 292].

Щодо спеціальних суб'єктів, то їх діяльність проявляється у формі громадського та адміністративного захисту. Під громадським захистом слід розуміти діяльність громадських організацій щодо захисту прав споживачів (ч. 1

ст. 25 Закону України «Про захист прав споживачів» (далі – Закон № 1023)) [15]. Натомість адміністративний захист здійснюють органи місцевого самоврядування та центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів (ст. 26 та ст. 28 Закону № 1023), тобто Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів (п. 1) [16] (далі – Держпродспоживслужба).

Ще одним підходом до розуміння захисту, запропонованим Г. А. Осетинською, є його сприйняття як «реалізаці[ї] права на захист» та «динамічн[ої] категорі[ї], впровадження якої здійснюється шляхом застосування відповідного механізму захисту цивільних прав, у тому числі захист[у] прав споживачів» [10]. Натомість до елементів механізму захисту прав споживачів відносить право на звернення за захистом до юрисдикційних органів, «процедуру та умови звернення, ... види способів захисту» [10].

Також захист прав споживачів розглядається в контексті спеціального правового статусу споживача, якому характерна «особлива соціальна роль» та який потребує «спеціального захисту державою шляхом створення додаткових гарантій охорони прав і законних інтересів ... [з метою] усунення економічної нерівності контрагентів» [17, с. 460]. Такий підхід сприйнятий законодавцем, адже чинні правові норми щодо захисту прав споживачів стосуються здебільшого забезпечення певного спектру прав споживачів. Ці права водночас можуть бути способами захисту [8, с. 14].

Важливо зауважити, що особливістю спеціальних способів<sup>1</sup> захисту є те, що споживач самостійно обирає найбільш ефективний серед них в конкретній ситуації та намагається вирішити спір, звертаючись безпосередньо до продавця/виробника товару або виконавця послуг, що продемонстровано у статтях 8, 10, 12 та 13 Закону № 1023. Дане позасудове врегулювання спору є раціональним використанням часових та грошових ресурсів споживача, та навіть

---

<sup>1</sup> Детальний аналіз спеціальних способів буде здійснений у підрозділі 1.3. цього Розділу.

може бути результативним за умови, що суб'єкт господарювання піклується про збереження своєї репутації. І лише у випадку відмови у задоволенні вимог, споживач може звернутися до суду, щоб зобов'язати порушника забезпечити реалізацію спеціальних способів захисту.

У цьому контексті Г. Б. Яновицька вдало описала процес захисту прав споживачів, відповідно до якого захист складається із таких етапів: 1) наявність правопорушення; 2) обрання споживачем правових вимог; 3) безпосереднє пред'явлення вимог; 4) звернення до суду у разі незадоволення вимог; 5) відновлення порушеного права під час виконання судового рішення [14, с. 235].

## **1.2. Сучасний стан правового регулювання захисту прав споживачів у дистанційних договорах та перспективи його розвитку**

Стрімкий розвиток технологій дозволяє споживачам активно застосовувати нетрадиційні способи замовлення товарів, робіт та послуг, а саме шляхом укладення дистанційних договорів. Однак відсутнє належне правове регулювання цього питання в Україні, що негативно відображається на захисті прав споживачів.

Поняття дистанційного договору не є новим явищем для українського законодавства, адже вперше його визначення та правове регулювання було закріплено ще в 2005 році в ст. 13 Закону № 1023. Така законодавча регламентація обумовлена необхідністю адаптувати національне законодавство до права ЄС [18, с. 5].

Протягом років підхід законодавця не змінився ні до визначення дистанційного договору, ні до правил його укладення. Якщо говорити точніше, то на відміну від права ЄС, національний законодавець оперує поняттям договору, укладеного на відстані,<sup>2</sup> під яким розуміє «договір, укладений продавцем (виконавцем) із споживачем за допомогою засобів дистанційного

---

<sup>2</sup> З метою уникнення термінологічних неточностей в даній роботі буде вживатися термін «дистанційний договір», який застосовується у праві ЄС.

зв'язку, [якими є] телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, зокрема Інтернет» (п. 8, 11 ч. 1 ст. 1 Закону № 1023). Звідси вбачається, що особливістю дистанційних договорів є спосіб їх укладення, який набуває дистанційного характеру «за умови відсутності особистої (безпосередньої) взаємодії продавця та покупця, коли в останнього відсутня можливість безпосереднього ознайомлення з товаром під час укладання договору» [19, с. 66].

Наприклад, пошук та вибір товару в інтернет-магазині та його купівля безпосередньо в магазині не свідчать про укладення дистанційного договору. Тобто використання Інтернету як засобу дистанційного зв'язку лише до укладення договору не є достатнім для визнання його дистанційним, адже наявна фізична присутність обох сторін договору під час його укладення.

Також на практиці актуальним є поєднання кількох засобів дистанційного зв'язку, що не заборонено. Наприклад, споживачі використовують Інтернет до та під час укладення дистанційного договору шляхом оформлення замовлення на сайті магазину, а вже процес підтвердження замовлення може відбуватися шляхом комунікації з менеджером по телефону.

Тобто дистанційні договори – це всього лиш альтернатива класичним договорам купівлі-продажу, про надання послуг та про виконання робіт, які замість традиційної письмової форми укладаються в спрощеному порядку за допомогою засобів дистанційного зв'язку. Відтак регулювання відносин у сфері захисту прав споживачів у дистанційних договорах здійснюється на підставі спеціального законодавства про захист прав споживачів та загальних положень цивільного законодавства щодо вищезазначених видів договорів. Тому питання, які не врегульовані безпосередньо нормами про дистанційні договори, мають регламентуватися відповідними положеннями ЦК України.

Із прийняттям в 2015 році Закону України «Про електронну комерцію» (далі – Закон № 675) з'являються такі поняття як електронна комерція та електронна торгівля, а його положення поширюються на відносини купівлі-продажу продукції в Інтернеті та іншими дистанційними способами [20].

Згідно із п. 2 ч. 1 ст. 3 Закону № 675 електронною торгівлею є господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-комунікаційних систем. Відповідно до п. 14 ч. 1 ст. 3 Закону № 675 реалізацією товару дистанційним способом є укладення електронного договору на підставі ознайомлення покупця з описом товару, наданим продавцем, шляхом забезпечення доступу до каталогів, проспектів, буклетів, фотографій тощо з використанням інформаційно-комунікаційних систем, телевізійним, поштовим, радіозв'язком або в інший спосіб, що виключає можливість безпосереднього ознайомлення покупця з товаром або із зразками товару під час укладення договору. Тобто таким електронним договором є дистанційний договір із споживачем як підстава виникнення прав та обов'язків в електронній торгівлі. Враховуючи наявність спеціального регулювання прав споживачів у разі укладення дистанційного договору (ст. 13 Закону № 1023), то положення Закону № 675 можуть застосовуватися щодо порядку укладення електронних правочинів (розділ III), визначення правових статусів продавця (виконавця, постачальника) (ст. 7) та покупця (ст. 8).

Також правове регулювання договорів, укладених поза торговельними або офісними приміщеннями, застосовується до дистанційних договорів, адже як вбачається із ч. 7 ст. 13 Закону № 1023, на дистанційні договори поширюється дія ч. 5-9 ст. 12 цього Закону. При цьому варто розмежовувати ці види договорів, які, на перший погляд, є схожими. Однак є різниця в способі їх укладення. Адже відповідно до п. 9 ч. 1 ст. 1 Закону № 1023 договори, укладені поза торговельними або офісними приміщеннями, вчиняються за особистої присутності споживача в іншому місці, ніж торговельне або офісне приміщення продавця. Тобто укладення цих договорів відбувається без використання засобів дистанційного зв'язку.

Крім цього, при захисті прав споживачів потрібно звертати увагу на сторони договору, якими мають бути суб'єкт господарювання та споживач. Під споживачем національний законодавець розуміє обмежене коло осіб, адже

відповідно до п. 22 ч. 1 ст. 1 Закону № 1023 ним може бути лише 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. Таким чином, дистанційні договори між споживачами, що нерідко трапляється в мережі Інтернет, коли фізична особа продає продукцію на маркетплейсах чи в соціальних мережах іншій фізичній особі, залишаються поза правовим регулюванням.

Недосконалість спеціального правового регулювання захисту прав споживачів у дистанційних договорах полягає в обмеженій сфері такого регулювання. Адже ст. 13 Закону № 1023 регламентує лише окремі аспекти дистанційних договорів, які стосуються: 1) видів договорів, на які не поширюються положення ст. 13 Закону № 1023 про права споживачів у разі укладення дистанційного договору; 2) права споживача на інформацію та відповідно обов'язку продавця/виконавця надати таку інформацію до укладення договору; 3) права споживача на розірвання договору та винятків із нього; 4) обов'язку продавця поставити товар, а якщо неможливо – повідомити про це споживача.

У літературі зазначається, що «складовою змісту захисту прав споживачів є надання їм додаткових прав, гарантій та інших можливостей» [14, с. 321]. Тому наразі розглянемо ключові характеристики прав споживачів у разі укладення дистанційного договору, яким присвячено окреме правове регулювання. Вважається, що ці права належать до спеціальних прав споживачів [8, с. 15].

Найповніше національним законодавством врегульовано право споживачів на інформацію до укладення дистанційного договору. Відповідно до ч. 2 ст. 13 Закону № 1023 продавець/виконавець зобов'язаний надати інформацію про: 1) його найменування, місцезнаходження та порядок прийняття претензії; 2) основні характеристики продукції; 3) ціну, включаючи плату за доставку, та умови оплати; 4) гарантійні зобов'язання та інші послуги, пов'язані з утриманням чи ремонтом продукції; 5) інші умови поставки або виконання

договору; 6) мінімальну тривалість договору, якщо він передбачає періодичні поставки продукції або послуг; 7) вартість телекомунікаційних послуг, якщо вона відрізняється від граничного тарифу; 8) період прийняття пропозицій; 9) порядок розірвання договору.

Також продавець/виконавець до укладення дистанційного договору повинен повідомити про наявність стандартної умови договору щодо можливості заміни товару у разі його відсутності, але застосування даної умови є правом, а не обов'язком продавця (абз. 3-4 ч. 6 ст. 13 Закону № 1023). Насправді, було б цілком доцільно закріпити такий обов'язок, адже наявність цієї умови є важливою гарантією захисту прав споживачів, якою найчастіше нехтують інтернет-магазини.

Така ретельна увага законодавця до права на інформацію є цілком виправданою, оскільки дане право за своєю суттю є важливим елементом превентивного захисту прав споживачів. Адже володіння достовірною, повною та своєчасною інформацією про суб'єкта господарювання та його продукцію може вберегти від ризику укладення дистанційного договору із ненадійним контрагентом. Більше того, обов'язок забезпечити споживача необхідною інформацією можна вважати проявом німецької доктрини *culpa in contrahendo*, яка розвивається в Україні завдяки судовій практиці. Суть цієї доктрини тлумачиться через принцип добросовісності та розумності на підставі якого сторони повинні діяти на переддоговірній стадії укладення договору (п. 37) [21].

Гарантією реалізації права споживача на інформацію виступає обов'язок його контрагента підтвердити письмово або електронним повідомленням надання інформації (ч. 3 ст. 13 Закону № 1023). З цього приводу, цікавою є судова практика ЄС. У справі С-49-11 Європейський Суд Справедливості дійшов висновку, що підтвердження надання інформації «не може бути у вигляді гіперпосилання, оскільки таке повідомлення не належить ні продавцю (виробнику, виконавцю), ні споживачу» [22, с. 177]. Натомість належним підтвердженням вважається розміщення інформації на «паперовому носії,

флешці, CD-ROM, DVD-дисках, картах пам'яті або жорстких дисках комп'ютерів, а також електронній пошті» [22, с. 177].

Як показує практика, цим обов'язком інтернет-магазини зловживають найчастіше, і зазвичай можна отримати повідомлення-підтвердження на електронну пошту або в особистому кабінеті покупця уже оформленого замовлення з короткою інформацією про продавця, замовлення, назву та ціну товару, контактні дані покупця для доставки.

Детальне правове регулювання стосується також права на розірвання дистанційного договору, яке передбачене ч. 4 та ч. 5 ст. 13 та ч. 5-9 ст. 12 Закону № 1023. З даних норм права вбачається, що особливість конструкції цього права полягає в тому, що споживач може його реалізувати незалежно від наявності порушень його прав суб'єктом господарювання та без пояснення причин. Такий підхід узгоджується із Директивою 2011/83/ЄС про права споживачів<sup>3</sup> (ч. 1 ст. 9), де необхідність у такому праві пояснюється особливістю дистанційних договорів, коли «споживач не може бачити товар до укладення договору» (п. 37 преамбули) [23]. Відтак будь-які застереження про відсутність права споживача на розірвання договору та повернення товару, що особливо популярно в інтернет-магазинах на базі соціальних мереж, є незаконними.

Право на розірвання дистанційного договору тісно пов'язане із правом на інформацію. По-перше, строк реалізації права на розірвання договору становить, як правило, 14 днів та відраховується з моменту підтвердження продавцем/виконавцем надання необхідної інформації споживачу (абз. 1 ч. 4 ст. 13 Закону № 1023). По-друге, якщо підтвердження інформації непотрібне, то споживач може розірвати договір протягом 14 днів з моменту його укладення (абз. 2 ч. 4 ст. 13 Закону № 1023).

По-третє, якщо підтвердження інформації відбулося неналежним чином, то строк розірвання договору продовжується на 90 днів з моменту одержання такої інформації (абз. 4 ч. 4 ст. 13 Закону № 1023). Водночас

---

<sup>3</sup> Ця Директива застосовується до дистанційних договорів, укладених після 13 червня 2014 року (ч. 2 ст. 28).

продавцю/виконавцю надається можливість надіслати протягом цих 90 днів виправлене підтвердження інформації, з моменту отримання якого за споживачем також зберігається право на розірвання договору протягом 14 днів (абз. 4 ч. 4 ст. 13 Закону № 1023).

Реалізація права на розірвання договору покладає на споживача ряд обов'язків, недотримання яких позбавляє його цього права. До таких обов'язків належать: 1) повідомлення продавця/виконавця про місце, де продукція може бути повернена (абз. 1 ч. 5 ст. 12 Закону № 1023); 2) зберігання продукції протягом 60 днів з моменту її отримання, щоб продавець/виконавець міг вжити заходи для її повернення (абз. 4 ч. 5 ст. 12 Закону № 1023); 3) зберігання продукції в незміненому стані (абз. 1 ч. 7 ст. 12 Закону № 1023).

При цьому у випадку розірвання дистанційного договору будь-які витрати при поверненні продукції несе продавець/виконавець (абз. 3 ч. 5 ст. 12 Закону № 1023). Тому умова дистанційного договору про те, що повернення товару відбувається за рахунок споживача є недійсною, адже прямо суперечить вимогам імперативної норми.

Після розірвання дистанційного договору виникає питання протягом якого періоду споживачу очікувати повернення сплачених коштів за продукцію. У ст. 13 Закону № 1023, яка безпосередньо регулює правовідносини, що виникають із укладення дистанційних договорів, відсутня відповідь на дане питання. Проте законодавець прямо передбачає такий строк для договорів поза торговельними або офісними приміщеннями, який становить не більше 30 днів з моменту повідомлення споживачем про розірвання договору (ч. 4 ст. 12 Закону № 1023). Однак дане положення не поширюється на дистанційні договори, що підтверджується ч. 7 ст. 13 Закону № 1023.

Водночас загальними нормами законодавства, які стосуються усіх видів договорів купівлі-продажу, встановлено коротший строк. Відповідно до абз. 3 ч. 7 ст. 8 та ч. 3 ст. 9 Закону № 1023 сплачені гроші, як правило, повертаються у день розірвання договору або не пізніше 7 днів. Таким чином, дана законодавча колізія дозволяє інтернет-магазинам маніпулювати строками так, як їм вигідно,

та застосовувати 30-денний строк повернення коштів за аналогією закону. Хоча з правової точки зору цілком зрозуміло, що у випадку відсутності спеціальної норми застосовується загальна.

Дуже часто споживачі, укладаючи дистанційні договори, не замислюються про наявність документів, які підтверджують їх укладення. Відповідно до ч. 11 ст. 11 Закону № 675 таким документами можуть бути електронний документ, квитанція, товарний чи касовий чеки, квиток талон або інший документ у момент вчинення правочину або у момент виконання продавцем обов'язку передати покупцеві товар. Тобто фіскальний чек банку про переказ коштів на рахунок суб'єкта господарювання, чек перевізника про доставку та/або оплату товару у випадку післяплати не вважаються належними документами, які підтверджують укладення дистанційного договору. Це цілком логічно, адже вони видаються не самим суб'єктом господарювання, а іншими суб'єктами, які не є сторонами дистанційного договору.

Насправді, порушення у вигляді невидачі розрахункового документа є одним із найпоширеніших,<sup>4</sup> що спричиняє негативні наслідки для споживача. Якщо виходити із спеціальної норми, то відсутність такого документа свідчить про недійсність договору, що має наслідком повернення продукції продавцю та сплачених коштів і поштових витрат споживачу (абз. 2 ч. 6 ст. 12 Закону № 1023). Проте зі змісту ч. 11 ст. 8 та абз. 3 ч. 1 ст. 9 Закону № 1023 вбачається, що повернення/обмін можливі лише за наявності розрахункового документа.

Тому виходить замкнуте коло, адже без розрахункового документа інтернет-магазин може заперечувати укладення дистанційного договору та не прийняти продукцію. Відтак неточності законодавчої техніки призводять до цілковитої незахищеності споживача. Хоча з практичної точки зору інтернет-магазини не позбавлені можливості видавати вищезазначені документи. Наприклад, маркетплейс Prom.ua пропонує зручний інструмент видачі електронних чеків інтернет-магазинами за допомогою сервісу «Вчасно.Каса»,

---

<sup>4</sup> Див. Додаток 2 та джерело № 42.

який автоматично надсилає чеки в податкову та споживачам в кабінет покупця та на електронну адресу після зміни статусу замовлення на «Виконано» [24].

Із 01 січня 2022 року запроваджується обов'язкове застосування програмних реєстраторів розрахункових операцій платниками єдиного податку 2-4 груп (п. 61 підрозд. 10 розд. XX «Перехідні положення» Податкового кодексу України) [25]. Це дозволить вирішити проблему із видачею розрахункового документа, а саме фіскального чеку, який інтернет-магазини можуть сформувати за допомогою програмних реєстраторів розрахункових операцій. Останніми є комп'ютерні програми або мобільні додатки, які застосовуються при розрахункових операціях з «використанням LiqPay, Portmone, WayForPay або будь-якого іншого сервісу онлайн-оплати» [26].

Розуміючи низький рівень захисту прав споживачів взагалі, не тільки у дистанційних договорах, Кабінетом Міністрів України (далі – КМУ) було прийняте розпорядження від 29.03.2017 № 217-р «Про схвалення Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів на період до 2020 року» (далі – Концепція), де визнається проблема незахищеності споживачів державою та законом через відсутність механізмів реалізації та відновлення їх прав [27]. З метою вирішення цієї проблеми КМУ запропоновано розвивати державний та громадський захист прав споживачів на принципах: «превентивності, прозорості, пріоритетності інтересів споживачів, непорушності їх конституційних прав, цілісності системи захисту прав споживачів в Україні з урахуванням усіх видів товарів, робіт і послуг» [27].

Більше того, у Концепції КМУ визначені цілі, досягнення яких мало б забезпечити ефективний захист прав споживачів. Серед них: 1) повна адаптація національного законодавства до права ЄС; 2) підвищення рівня превентивного захисту для недопущення та/або зменшення порушень прав споживачів; 3) підвищення рівня освіти та поінформованості населення щодо споживчих прав та механізмів їх захисту; 4) усунення з ринку недобросовісних підприємців і нечесних підприємницьких практик; 5) підвищення довіри до державної системи захисту прав споживачів [27]. Безумовно, визнання проблеми захисту прав

споживачів та розроблення Концепції є позитивним кроком, адже щонайменше проблема не замовчується, а її вирішення пропонується розглядати із врахуванням стандартів ЄС, де зазначені вище цілі давно досягнуті. Однак ця Концепція досі не реалізована.

На цьому діяльність КМУ не закінчилася, адже він надалі продовжує активно сприяти розвитку захисту прав споживачів. Зокрема, КМУ був розроблений та винесений на розгляд законопроект «Про захист прав споживачів» № 6134 від 05.10.2021 (далі – Законопроект № 6134) [28]. Трансформація даного законопроекту в закон дозволить реалізувати зазначені цілі Концепції.

Насамперед, у Законопроекті № 6134 запропонована європейська термінологія «дистанційний договір» замість «договору, укладеного на відстані». Також деталізоване визначення дистанційного договору, яким визнається «договір, укладений без одночасної фізичної присутності суб'єкта господарювання і споживача з використанням виключно засобів дистанційного зв'язку, у тому числі електронного, до та під час його укладення» (п. 7 ч. 1 ст. 1 Законопроекту № 6134). Однак відкритим залишається питання, що законотворець розуміє під засобами електронного зв'язку, вводячи їх як новий спосіб укладення дистанційних договорів, та чим вони відрізняються від засобів дистанційного зв'язку.

Дане визначення є наближеним до розуміння дистанційного договору у ЄС, адже у п. 7 ст. 2 Директиви 2011/83/ЄС передбачені аналогічні ознаки дистанційного договору. Єдине, що уточнюється, що таким договором є «будь-який договір, укладений між продавцем та споживачем в рамках організованої схеми дистанційних продажів чи надання послуг» (п. 7 ст. 2 Директиви 2011/83/ЄС). До видів дистанційних договорів відносять договори купівлі-продажу, про надання послуг, в тому числі цифрових (підписка на інтернет-газети, соціальні мережі, доступ до хмарного сховища, пошти тощо), про постачання цифрового контенту на нематеріальному носії (аудіо- та відеофайли, електронні книжки, ігри тощо) [29, с. 8, 10-11], що свідчить про врахування

європейською практикою розвитку цифрових технологій. Також дозволяється укладення договорів щодо цифрових послуг та контенту, за які споживач розраховується персональними даними [29, с. 12].

Також новелою Законопроекту № 6134 є впровадження принципів захисту прав споживачів, які є універсальними як для класичних, так і для дистанційних договорів, адже містяться у розділі I «Загальні положення». Серед яких, зокрема, є: 1) пріоритетність прав та інтересів споживачів перед інтересами і цілями суб'єктів господарювання; 2) відкритість, прозорість й системність формування та реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів; 3) незалежність та неупередженість органів державної влади та місцевого самоврядування, які здійснюють захист прав споживачів; 4) прийняття рішення на користь споживачів, якщо норми законодавства чи умови договору містять множинне тлумачення прав та обов'язків споживачів; 5) наявність простих та ефективних способів захисту прав; 6) захист економічних інтересів споживачів від нечесної комерційної практики; 7) доступність зрозумілої інформації про продукцію; 8) захист персональних даних споживачів (ст. 3 Законопроекту № 6134). Ці принципи є важливими, адже можуть бути корисними для розвитку правового регулювання у сфері захисту прав споживачів.

Позитивною тенденцією Законопроекту № 6134 також є спеціальне правове регулювання дистанційних договорів в окремому розділі III «Особливості захисту прав споживачів у разі укладення договорів поза торговельним чи офісним приміщенням або дистанційних договорів». У ньому врегульованими є ті ж самі основні права споживачів, що і зараз гарантовані чинним законодавством, а саме право на інформацію, право на отримання товару, право на розірвання договору. Проте дещо змінився їх зміст в контексті деталізації окремих аспектів їх реалізації.

Наприклад, зі змісту ст. 16 Законопроекту № 6134 вбачається, що суть права на інформацію<sup>5</sup> зводиться до того, що умови дистанційного договору

---

<sup>5</sup> Детальніше право на інформацію про суб'єкта господарювання буде проаналізоване у підрозділі 2.1. Розділу 2.

повинні містити перелік необхідної інформації, передбаченої ч. 1 ст. 16, який є аналогічним у ч. 1 ст. 6 Директиви 2011/83/ЄС та ширшим за обсягом інформації, яку наразі суб'єкт господарювання повинен надати перед укладенням договору на підставі ч. 2 ст. 13 Закону № 1023. Це вкотре підтверджує перспективу модернізації національного законодавства із врахуванням досвіду ЄС.

Крім цього, іншим є механізм надання даної інформації споживачу. Загалом суб'єкт господарювання не зобов'язаний підтверджувати у письмовому чи електронному вигляді надання інформації, а всього лиш повинен надати доступ до умов дистанційного договору, розміщених на сайті його інтернет-магазину або маркетплейсу у легкодоступному для споживача місці, щоб він міг ознайомитися із ними перед замовленням продукції (ч. 1 та ч. 2 ст. 17 Законопроекту № 6134).

Натомість у ЄС порядок надання інформації є краще продуманим. Насамперед, відповідно до ч. 1 ст. 8 Директиви 2011/83/ЄС продавець зобов'язаний надати інформацію або зробити її доступною у спосіб, що відповідає засобам дистанційного зв'язку, простою та зрозумілою мовою. Водночас, як зазначено у ч. 4 ст. 8 Директиви 2011/83/ЄС, якщо засіб дистанційного зв'язку містить обмежений час та простір для надання усієї інформації, то обов'язково до укладення договору має бути надана інформація щодо характеристики продукції, даних про суб'єкта господарювання, загальної ціни продукції, права на скасування договору, терміну дії договору, умов припинення договору, якщо термін його дії невизначений. Уся інша інформація, передбачена ч. 1 ст. 6, повинна бути забезпечена в інший спосіб, наприклад, шляхом безкоштовних дзвінків або посилення на сайт продавця (п. 36 преамбули Директиви 2011/83/ЄС). Такий підхід є особливо актуальним для інтернет-магазинів на базі соціальних мереж, які наразі здебільшого нехтують забезпеченням споживачів достатньою інформацією, посилаючись на відсутність місця для такої інформації.

Також встановлений дещо відмінний порядок реалізації права на доставку товару, ніж той, що діє нині. Насамперед, суб'єкт господарювання повинен

повідомити споживача про неможливість доставити товар ще до укладення договору (ч. 3 ст. 19 Законопроекту № 6134), а не протягом 30 днів з моменту одержання згоди споживача на його укладення (абз. 2 ч. 6 ст. 13 Закону № 1023). Крім цього, Законопроектом № 6134 передбачено нове право споживача на відмову від договору у випадку затримки доставки товару за умови, що споживач не погоджується із доставкою в інший строк (ч. 4 ст. 19) або доставка є важливою для споживача саме у конкретний час, протягом якого суб'єкт господарювання зобов'язався доставити (ч. 5 ст. 19). Такий підхід орієнтований на європейську практику, де діють аналогічні положення (ч. 2 ст. 18 Директиви 2011/83/ЄС).

Законопроект № 6134 гарантує право споживача на відмову від дистанційного договору чи від отримання товару в односторонньому порядку протягом 14 днів замість права на розірвання договору (ч. 1 ст. 20). Цей строк є універсальним у країнах-членах ЄС, який може бути продовженим до 12 місяців, якщо споживач не був проінформований вчасно про право на скасування договору та його процедуру (ч. 1 ст. 9, ч. 1 ст. 10 Директиви 2011/83/ЄС).

Даний законопроект ретельніше регламентує порядок відмови від договору, даючи відповіді на законодавчі прогалини статті 13 Закону № 1023. По-перше, чітко встановлений спосіб повідомлення про відмову від договору, адже споживач повинен заповнити лише форму про таку відмову на сайті суб'єкта господарювання (ч. 2 ст. 20 Законопроекту № 6134). Ця інновація сприймається нами позитивно, адже виглядає як зручний, систематизований та оперативний онлайн-інструмент, який може бути безперешкодно використаний як доказ відмови від договору, якщо виникатиме спір з цього приводу.

Схожий підхід давно діє уже в ЄС, де споживачу надається на вибір два способи відмови від договору: (а) заповнення гармонізованої у всіх державах-членах ЄС типової форми; (б) шляхом будь-яких однозначних заяв (листів, телефонних дзвінків, повернення товарів) (ч. 1 ст. 11, п. 44 преамбули Директиви 2011/83/ЄС). Водночас продавець може забезпечити реалізацію цих способів в електронному вигляді, що має наслідком виникнення у нього обов'язку

невідкладно повідомити споживачу на тривалому носії про отримання такої відмови (ч. 3 ст. 11 Директиви 2011/83/ЄС).

По-друге, на відміну від чинного законодавства, споживач зобов'язаний повернути товар протягом 14 днів з дня повідомлення про відмову від договору, якщо суб'єкт господарювання не вирішив самостійно забрати товар (ч. 8 ст. 20 Законопроекту № 6134), що відповідає європейському підходу (ч. 1 ст. 14 Директиви 2011/83/ЄС). Хоча таке формулювання є ризикованим для споживача, який в кінцевому результаті може лишитися і без грошей, і без товару, якщо має справу із недобросовісним контрагентом.

По-третє, нарешті закріплений строк повернення сплачених коштів, який становить 14 днів з дня отримання товару від споживача (ч. 4 ст. 20 Законопроекту № 6134). Строгіший підхід закріплений у Директиві 2011/83/ЄС (ч. 1 ст. 13), де продавець повинен повернути кошти без невинуватої затримки, але не пізніше 14 днів, з дня повідомлення споживачем про відмову від договору.

Насамкінець, у разі відмови від договору, як правило, споживач несе витрати за доставку йому товару та його повернення суб'єкту господарювання (ч. 4 та ч. 8 ст. 20 Законопроекту № 6134). Ці витрати можуть бути понесені продавцем, якщо він погодився на це або коли він не повідомив споживача, що останній має їх покривати (ч. 1 ст. 14 Директиви 2011/83/ЄС, ч. 8 ст. 20 Законопроекту № 6134).

Ще у Законопроекті № 6134 детальніше врегульоване право на споживчу освіту, суть якого полягає в тому, що органи державної влади та місцевого самоврядування, центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах освіти і науки зобов'язані забезпечити умови отримання споживачами доступу до знань щодо їх прав, порядку їх реалізації та механізмів захисту (ст. 12). Таким чином, акцент робиться на тому, що захист прав споживачів є набагато ширшою категорією, адже його складовими є не тільки дії по відновленні уже порушених прав, а й дії спрямовані на формування правової обізнаності серед споживачів про їх права, способи захисту.

На відміну від Закону № 1023, у Законопроекті № 6134 сформовані вимоги до укладення дистанційного договору. Відповідно до ч. 2 ст. 18 Законопроекту № 6134 укладення договору засобами електронного зв'язку покладає на суб'єкта господарювання обов'язки щодо: 1) розміщення на його сайті кнопки або іншої програмної функції з написом «сплатити за замовлення» чи подібним формулюванням, яку споживач активує з метою замовлення; 2) зазначення способів доставки та оплати; 3) надання споживачу підтвердження укладення договору. Ці вимоги запозичені із Директиви 2011/83/ЄС (ч. 2, 3, 7 ст. 8).

Якщо під час телефонної розмови була досягнута домовленість про укладення договору, то він буде «дійсним лише після письмового підтвердження його укладання споживачем у паперовому або електронному вигляді» (абз. 2 ч. 3 ст. 18 Законопроекту № 6134).

Отже, дистанційний договір є зручною альтернативою класичним договорам купівлі-продажу, про надання послуг та про виконання робіт. Однак правове регулювання захисту прав споживачів у дистанційних договорах потребує удосконалення із врахуванням досвіду ЄС та розробленого на його основі Законопроекту № 6134.

### **1.3. Способи захисту прав споживачів у дистанційних договорах**

Способи захисту прав споживачів, як вже було досліджено у підрозділі 1.1. цього Розділу, є важливим та основним елементом механізму захисту прав споживачів у дистанційних договорах. Саме від правильності обраного способу залежить ефективність захисту прав споживачів.

Як правило, способи захисту трактуються як «визначені законом або договором матеріально-правові заходи, спрямовані на відновлення (визнання) порушених (оспорюваних) прав та вплив на правопорушника» [9, с. 236].

Даний підхід не враховує можливість застосування способів, не передбачених законом чи договором. Це цілком не відповідає практиці, коли в конкретній ситуації може бути відсутній ефективний спосіб захисту в

законодавстві чи договорі. З цього приводу А. Г. Ярема влучно зазначає, що спосіб насамперед має відповідати «змісту порушеного права, характеру його порушення та наслідкам, спричиненим порушенням» [6, с. 35].

Хоча є ширший підхід щодо розуміння способів. Наприклад, Ю. Д. Притика вважає, що способи є «завершальними актами захисту у вигляді матеріальноправових дій або юрисдикційних дій, спрямованих на усунення перешкод на шляху здійснення суб'єктами своїх прав (інтересів) або на припинення правопорушення, відновлення положення, що існувало до правопорушення» [4, с. 17]. Навряд чи доцільно сприймати способи як завершальні акти захисту, адже захист виражається у застосуванні конкретних способів, тобто вони становлять суть захисту, а тому не можуть бути лише завершальними актами захисту.

Отже, найчастіше способи захисту пов'язуються безпосередньо із порушенням прав. При цьому підставою захисту також може бути необхідність запобігти порушенню прав, що особливо актуально при замовленні товарів, робіт, послуг за допомогою засобів дистанційного зв'язку.

Відтак перш ніж говорити про способи захисту вже порушених прав споживачів, варто звернути увагу на превентивні способи, які по суті можуть використовуватися споживачами самостійно на стадії реалізації їх прав до моменту порушення. Такі способи не закріплені на законодавчому рівні. Вони вироблені уже на практиці, виходячи із постійного пошуку механізмів реагування на ті види порушень прав споживачів, які трапляються через особливості дистанційних договорів, коли споживачі не бачать ні продукцію, ні свого контрагента, а роблять вибір лише на основі наданої інформації. Мета цих превентивних способів спрямована на захист споживачів від недобросовісних інтернет-магазинів. Зокрема, це стосується права споживачів на безпеку під час онлайн-покупок.

Наприклад, департамент кіберполіції Національної поліції України рекомендує ряд таких превентивних заходів: 1) використання перевірених ресурсів та перевірка назви сайту, щоб уникнути фішингових сайтів; 2)

здійснення онлайн-оплати лише на сайтах, у назві адреси яких є «https:// та значок “замочок”»; 3) перевірка суб’єктів господарювання на добросовісність у розділі «Стоп фрод» на сайті кіберполіції, де можна ввести номери телефону, банківської картки чи посилання на сайт інтернет-магазину та отримати інформацію [30].

У ході дослідження iPay.ua також визначено базові правила безпечних покупок в Інтернеті, серед них споживачам запропоновано: 1) вводити електронну адресу сайтів інтернет-магазинів вручну та застосовувати «обмеження браузера на покупки в Інтернеті тільки з сайтів, що працюють на HTTPS://»; 2) мати окрему картку, на якій визначити ліміт витрат та «ліміт за кількістю операцій на добу»; 3) використовувати віртуальну картку або цифрові гаманці для оплати, які гарантують безпеку платежу [31].

Крім цього, важливим інструментом превентивного захисту є депонування коштів, застосування якого позбавляє споживачів ризику втрати коштів під час замовлення в Інтернеті та сприяє підвищенню довіри споживачів до інтернет-магазинів. Найчастіше його застосовують лише відомі маркетплейси, які не є стороною дистанційного договору, а лише забезпечують платформу для продажу в Інтернеті. Наприклад, OLX має таку послугу як OLX Доставка, відповідно до якої сплачена вартість «списується з карти покупця і резервується на спеціальному умовному escrow-рахунку компанії UaPay» [32]. Лише після отримання товару покупцем зарезервовані кошти відправляються на рахунок продавця [32]. Якщо товар не підійшов покупцю, то списані кошти автоматично зараховуються назад на його картку [32].

Інший український маркетплейс Prom.ua має подібну опцію «Пром-оплата», відповідно до якої кошти зараховуються інтернет-магазинам після отримання товарів споживачами [33]. Також eBay використовує даний інструмент у двох випадках: 1) до моменту отримання товару покупцем; 2) до вирішення спору, пов’язаного із порушенням прав споживачів (наприклад, покупець не отримав товар, його стан «не відповідає опису» на сайті) [34].

При цьому, президент громадської організації «Українська організація захисту споживачів послуг» Олег Тітамиір вважає проблемою в Україні відсутність «правов[ої] норм[и] про обов'язкове депонування коштів споживача на рахунку маркетплейсу чи банку при передоплаті» [35]. Натомість він зазначає, що обов'язкове депонування існує в багатьох країнах ЄС, зокрема в Австрії, Німеччині, а також у Китаї [35].

Таким чином, департамент кіберполіції Національної поліції України та добросовісні маркетплейси розуміють усю серйозність порушення прав споживачів при замовленні продукції в Інтернеті. Тому надаючи поради превентивного характеру, вони активно долучаються до забезпечення реалізації прав споживачів на споживчу освіту та безпеку.

У статтях 8 та 10 Закону № 1023 передбачений широкий перелік спеціальних способів, які законодавцем прямо не віднесені до захисту прав споживачів у дистанційних договорах. У такому випадку їх безпосереднє застосування є можливим на підставі загальновідомого принципу «дозволено все, що не заборонено законом». Таку ж позицію підтримує судова практика, що вбачається із її аналізу в Додатку 1. За своєю суттю ці способи захисту доповнюють способи захисту, які застосовуються лише до правовідносин, що виникають із дистанційних договорів, а саме право на розірвання договору та неустойку, специфіка правового регулювання яких передбачена ст. 13 та ч. 5-9 ст. 12 Закону № 1023.

Спеціальні способи захисту можна класифікувати на кілька основних груп, як це передбачено на законодавчому рівні. По-перше, відповідно до абз. 1 ч. 1 ст. 8 Закону № 1023 у випадку придбання товару із недоліками споживач має право на: 1) пропорційне зменшення ціни; 2) безоплатне усунення недоліків товару в розумний строк; 3) відшкодування витрат на усунення недоліків товару. По-друге, згідно з абз. 2 ч. 1 ст. 8 Закону № 1023 у разі придбання товару із істотними недоліками споживач має право на: 1) розірвання договору та повернення сплачених за товар грошей; 2) заміну товару на такий же або на аналогічний, з числа наявних у продавця/виробника. Ці способи захисту передбачають їх

альтернативне застосування, тобто за вибором споживача, та до будь-якого із суб'єктів – продавця, виробника або підприємства, що задовольняє ці вимоги за місцезнаходженням споживача (ч. 3 ст. 8 Закону № 1023).

У зв'язку із вищезазначеним варто розглянути різницю між недоліком та істотним недоліком. Відповідно до п. 15 ч. 1 ст. 1 Закону № 1023 недоліком є будь-яка невідповідність продукції вимогам нормативно-правових актів, умовам договорів або вимогам, що пред'являються до неї, а також інформації про продукцію, наданій виробником (виконавцем, продавцем). Натомість згідно з п. 12 ч. 1 ст. 1 Закону № 1023 істотним недоліком є недолік, який робить неможливим чи недопустимим використання товару відповідно до його цільового призначення, виник з вини виробника (продавця, виконавця), після його усунення проявляється знову, а також має одну із таких ознак: а) він взагалі не може бути усунутий; б) його усунення потребує понад 14 календарних днів; в) він робить товар суттєво іншим, ніж передбачено договором.

В обох випадках недоліки мають бути виявлені протягом гарантійного строку (ч. 1 та ч. 2 ст. 8 Закону № 1023). Відповідно до ч. 2 та ч. 5 ст. 7 Закону № 1023 гарантійний строк зазначається в паспорті на продукцію або будь-якому іншому документі, що додається до продукції, а у разі його невизначення – недоліки мають бути виявлені протягом двох років. Початок перебігу гарантійного строку визначається по-різному. Відповідно до ч. 4 ст. 7 Закону № 1023 гарантійний строк обчислюється від дня передачі товару споживачеві, а якщо товар потребує спеціальної установки (підключення) чи складення – від дня їх здійснення, а якщо зазначені дні встановити неможливо – від дня укладення договору купівлі-продажу.

По-третє, у випадку порушення умов договору про надання послуг та про виконання робіт також передбачаються різні способи захисту. Наприклад, відповідно до абз. 1 ч. 1 ст. 10 Закону № 1023 відмова від договору та відшкодування збитків є належними способами захисту, якщо виконавець своєчасно не приступив до виконання зобов'язань за договором або виконує роботу так повільно, що закінчити її у визначений строк стає неможливим.

Відповідно до ч. 2 ст. 10 Закону № 1023 при неналежному виконанні договору споживач може визначити строк для усунення недоліків, а в разі невиконання цієї вимоги – розірвати договір і вимагати відшкодування збитків або доручити виправлення недоліків третій особі за рахунок виконавця.

У абз. 1 ч. 3 ст. 10 Закону № 1023 зазначені аналогічні способи захисту за наявності недоліків у роботі/послузі, що і при недоліках товарів, за винятком ще одного додаткового способу, яким є безоплатне виготовлення речі з такого ж матеріалу і такої ж якості чи повторного виконання роботи. Однак відповідно до абз. 2 ч. 3 ст. 10 Закону № 1023 недоліки мають бути виявлені під час приймання виконаної роботи/послуги або під час її виконання, а в разі неможливості виявлення недоліків під час приймання виконаної роботи/послуги – протягом гарантійного чи іншого строку, встановленого договором, а у випадку його відсутності – протягом двох років з дня прийняття виконаної роботи/послуги.

При цьому, як вбачається із абз. 1 та 2 ч. 4 ст. 10 Закону № 1023, за наявності істотних недоліків способи захисту є іншими: 1) розірвання договору та відшкодування збитків; або 2) виконання роботи/послуги з такого ж матеріалу виконавця, або спосіб, зазначений у п. 1, якщо істотні недоліки виявлено у роботі/послузі, виконаній з матеріалу споживача. Максимальний строк реалізації цих способів становить 10 років та застосовується, якщо інший не встановлений нормативно-правовими актами та договором (абз. 3 ч. 4 ст. 10 Закону № 1023).

Як вбачається із статей 8, 10, 12, 13 Закону № 1023, першочергова реалізація, зазначених у них способів захисту, здійснюється споживачем самостійно шляхом безпосереднього пред'явлення вимог суб'єкту господарювання, які виражаються у конкретному способі захисту. У разі незадоволення вимог у добровільному порядку, споживач може використати своє право на судовий захист, який залишається де-факто єдиним, але здебільшого неефективним механізмом захисту, зважаючи на неоднакове застосування судами норм права щодо захисту прав споживачів у дистанційних договорах, на довгу тривалість судового процесу та на затратність послуг з

надання правової допомоги, які найчастіше є непропорційними із понесеними споживачами збитками.

Наразі розглянемо практичний аспект захисту прав споживачів, який полягає у застосуванні судами способів захисту у дистанційних договорах.

Аналіз судової практики дозволяє дійти таких основних висновків щодо реального стану захисту прав споживачів. Насамперед, споживачі здебільшого застосовують одночасно кілька способів захисту. Найпоширенішою комбінацією способів захисту є розірвання дистанційного договору, повернення сплачених коштів та відшкодування моральної шкоди.<sup>6</sup> По суті, ці способи є вираженням таких загальних способів захисту як припинення правовідношення, примусове виконання обов'язку в натурі чи відшкодування збитків та моральної шкоди (п. 5, 7-9 ч. 2 ст. 16 ЦК України).

Право на розірвання дистанційного договору є одним із основних способів захисту. Воно є ефективним та належним способом захисту, коли: 1) протягом гарантійного строку виявлені істотні недоліки, які виникли з вини виробника товару, або фальсифікація товару (абз. 2 ч. 1 ст. 8 Закону № 1023); 2) відсутній аналогічний товар на момент обміну товару належної якості (ч. 2 ст. 9 Закону № 1023); 3) суб'єкт господарювання відмовляється передати замовлений товар (ч. 1 ст. 665 ЦК України); 4) споживач бажає розірвати дистанційний договір незалежно від причини (ч. 4 ст. 13 Закону № 1023).

Більше того, розірвання договору створює передумови для застосування таких способів як стягнення сплачених коштів за продукцію, моральної шкоди чи неустойки, що підтверджується численною судовою практикою.<sup>7</sup> При цьому, трапляються ситуації, коли договір є розірваним, проте споживачу доводиться вимагати повернення сплачених коштів та неустойки за прострочення їх повернення в судовому порядку (№ 13, 14, 15, 17-19 Додатку 1).<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Див. Додаток 1, де відображена судова практика щодо способів захисту прав споживачів.

<sup>7</sup> Там само.

<sup>8</sup> Для зручності вказується лише порядковий номер судових рішень, зазначених в Додатку 1, де детальніше викладені обставини справ та аргументація судів.

Судова практика також підтримує позицію законодавця про те, що право на розірвання дистанційного договору є безумовним. Наприклад, суди першої інстанції однозначно тлумачать безумовний характер даного права як такий, що «не пов'язується з жодною подією чи умовою» (№ 5, 14, 15 Додатку 1). З цього приводу знаковою є справа № 235/1462/17, у якій виник спір щодо строку реалізації права на розірвання договору. Суть полягала в тому, що суди попередніх інстанцій вважали, що споживач не може розірвати договір, адже в Угоді користувача зазначено, що реалізувати таке право можна лише до «підписання документів, які підтверджують отримання товару» (№ 1 Додатку 1). Із цим висновком не погодився Верховний Суд, вважаючи, що передбачена Угодою користувача «відмова від товару до моменту його прийняття та розірвання договору після прийняття товару [на підставі ч. 4 ст. 13 Закону № 1023] регулюють правовідносини, які виникають в різні проміжки часу» [36]. Крім цього, Верховний Суд сформував ще один важливий висновок про те, що «умова договору, якою погіршується становище споживача, зокрема обмежується його право на розірвання договору протягом 14 днів з дня отримання товару, є нікчемною в силу закону» [36]. Тобто Верховний Суд підкреслив безумовний характер права на розірвання дистанційного договору шляхом заборони інтернет-магазинам відступати від вимог законодавства, які гарантують реалізацію цього права.

Судова практика підтверджує, що визнаються різні форми розірвання дистанційного договору на підставі ч. 4 ст. 13 Закону № 1023. Зокрема, такими формами можуть бути: повідомлення про повернення товару, лист про розірвання договору (№ 14, 17 Додатку 1), повернення товару (№ 12, 13, 14 Додатку 1), скарга/повідомлення про повернення сплачених коштів (№ 8, 19 Додатку 1). Звідси вбачається, що розірвання договору є односторонньою ініціативою споживача та не залежить від схвалення такого розірвання суб'єктом господарювання. Хоча проблемою залишається, що суб'єкти господарювання продовжують вдаватися до практики надсилання відмов у задоволенні вимог споживачів про розірвання договору, тобто вони відмовляються визнавати, що

договір є розірваним уже з моменту отримання продукції назад чи повідомлення про таке розірвання. Такі протиправні дії спричиняють численні звернення споживачів до суду, що підтверджується аналізом судової практики у Додатку 1, де у більшості справ основною вимогою є розірвання договору.

На практиці також проблемними питаннями є строк повернення сплачених коштів та стягнення поштових витрат, підходи до вирішення яких є різними. Це зумовлено неправильним застосуванням норм права судами.

Наприклад, одні суди (№ 4, 9, 17 Додатку 1) погоджуються із споживачами, що їх витрати на поштові послуги при отриманні та поверненні товару у випадку розірвання дистанційного договору підлягають стягненню із суб'єкта господарювання, застосовуючи загальні положення про розірвання договору у разі наявності істотних недоліків товару. Хоча відповідно до ч. 5 ст. 8 Закону № 1023 такий обов'язок у продавця існує лише при доставці великогабаритних товарів і товарів вагою понад п'ять кілограмів.

Інші суди вважають, що такі вимоги є необґрунтованими (№ 12 Додатку 1), надаючи перевагу застосуванню спеціальної норми у разі розірвання дистанційного договору за наявності недоліків продукції, а саме ст. 13 Закону № 1023, не зважаючи на те, що ч. 5 ст. 12 цього ж Закону прямо передбачений обов'язок продавця відшкодувати витрати споживача у зв'язку з поверненням продукції.

Також непослідовною є судова практика щодо строку повернення суб'єктом господарювання сплачених коштів споживачу за продукцію у разі розірвання договору, що відповідно негативно відображається на визначенні періоду нарахування неустойки за кожний день затримки повернення коштів. Наприклад, в одній із справ (№ 17 Додатку 1) суд вважає, що строк повернення коштів не може перевищувати 7 днів з дня розірвання договору, базуючи свою позицію на застосуванні ст. 8 Закону № 1023, яка регулює права споживачів при розірванні договору внаслідок отримання товару неналежної якості.

В інших справах (№ 8, 12, 14, 15, 18, 19 Додатку 1) суди застосовують 30 днів як максимальний строк повернення коштів з моменту повідомлення

споживачем про розірвання договору на підставі ч. 4 ст. 12 Закону № 1023, яка стосується безпосередньо не дистанційних договорів, а договорів, укладених поза офісним або торговельним приміщенням. Однак є випадки, коли суди визнають, що дистанційний договір є розірваним не з моменту повідомлення споживачем про це продавця, а з моменту підтвердження останнім скасування замовлення, з якого і відраховують 30 днів на повернення коштів (№ 26 Додатку 1). Такий підхід суперечить вищезазначеним нормам права та є несприятливим для споживачів, адже суб'єкт господарювання може підтверджувати розірвання договору непропорційно довго, а відтак це впливає на збільшення періоду очікування споживачем повернення сплачених коштів, якими суб'єкт господарювання володіє як безпідставно набутими.

Крім цього, суди відмовляють у задоволенні вимог про розірвання договору та повернення сплачених коштів за товар неналежної якості через недоведеність споживачем існування істотного недоліку (№ 21, 22, 24, 25 Додатку 1). Натомість споживачі вважають, що тягар доказування істотних недоліків належить продавцеві, а вони не зобов'язані самостійно заявляти клопотання про призначення експертизи, передавати товар до сервісного центру для діагностики (№ 2, 3, 25 Додатку 1).

З цього приводу Верховний Суд неодноразово приходив до однакового висновку. Наприклад, у справі № 507/93/18-ц, яка стосувалася придбання несправної пральної машинки в інтернет-магазині «Комфі», Верховний Суд висловив позицію, що «на споживача покладається обов'язок довести, що протягом гарантійного строку виявлено недолік товару, а тягар встановлення причин виникнення недоліку товару покладений на продавця» [37]. При цьому продавець виконує свій обов'язок щодо доказування шляхом «організації проведення експертизи» чи передачі товару у сервісний центр лише за письмової згоди споживача та «при його зверненні з приводу втрати якості продукції» [37]. На практиці це виглядає таким чином. Споживачу достатньо виявити, зафіксувати недолік, наприклад, самостійне вимикання мобільного телефону, та повідомити про це продавця. Натомість продавець має перевірити причину

виникнення такого недоліку, якою може бути, наприклад, вина виробника/продавця чи порушення споживачем правил користування товаром або його зберігання (абз. 2 ч. 1 та ч. 14 ст. 8 Закону № 1023).

Аналогічна правова позиція уже була висвітлена раніше у постанові Верховного Суду від 08.05.2018 у справі № 686/8534/17, яка стосувалася купівлі товару в офлайн магазині (№ 2 Додатку 1). Однак новим у правовій позиції Верховного Суду у справі № 507/93/18-ц є акцент на тому, що обов'язок продавця щодо організації експертизи, який законодавцем передбачений лише на досудовій стадії вирішення спору, не припиняється на стадії судового захисту [37]. Крім цього, відсутність згоди споживача сприймається судовою практикою як перешкода для визначення чи взагалі присутній недолік, чи можна його усунути, чи буде він проявлятися знову [38].

Тягар доказування недоліку може змінюватися в залежності від поведінки споживача та часу виникнення недоліків – до чи після передання товару споживачу. З цього приводу є усталена судова практика. Так, у справі № 591/2641/20, яка стосувалася купівлі кавоварки в інтернет-магазині «Комфі», Верховний Суд розтлумачив ч. 2 ст. 679 ЦК України, зазначаючи, що «обов'язок продавця довести факт виникнення недоліків товару після його передання покупцеві (якщо продавцем надані гарантії щодо якості товару) покладається на нього у випадку, коли такі недоліки не є очевидними» [38]. Однак ситуація є протилежною, тобто на споживача покладається обов'язок доказування недоліків, якщо він, «маючи реальну можливість оглянути товар і виявити у ньому очевидні дефекти, не скористався цим правом до передання йому товару, а виявив їх після такого передання» [38]. Дані висновки уже раніше були висловлені Верховним Судом у справах щодо придбання товарів неналежної якості в офлайн магазинах [39; 40]. Отже, зазначена судова практика свідчить про те, що огляд замовленого товару за допомогою засобів дистанційного зв'язку під час його отримання на пошті є в інтересах споживачів та дозволить в майбутньому звільнити їх від обов'язку доказування недоліків, які при отриманні товару не могли бути виявлені візуально.

Також споживачам доступний такий спосіб захисту як визнання права власності на продукцію без виникнення зобов'язання з оплати її вартості, який на практиці застосовується рідко. Такий спосіб захисту передбачений абз. 4 ч. 5 ст. 12 Закону № 1023 за умови розірвання дистанційного договору та невжиття заходів продавцем для повернення даної продукції протягом 60 днів з моменту її одержання споживачем. Наприклад, в одній із справ апеляційний суд, скасовуючи рішення суду першої інстанції, задовільнив вимогу про визнання за споживачем права власності на куплений мобільний телефон в інтернет-магазині «АЛЛО» [41]. Аргументація суду полягала в тому, що споживач дотримався порядку розірвання договору, надіславши продавцю протягом 14 днів з моменту отримання телефону заяву про розірвання договору та повернення коштів, у якій також зазначив місце, де продавець може забрати товар, а вимоги продавця про повернення телефону лише поштою є безпідставними, адже сторони не домовлялись про це [41]. Отже, визнання права власності на продукцію є похідною вимогою від вимоги про розірвання дистанційного договору.

На практиці непоодинокими є випадки, коли споживачі, замовляючи продукцію по передоплаті, залишаються і без грошей, і без відповідного товару/роботи/послуги. Це і є одним із найвищих ризиків укладення дистанційних договорів. У такій ситуації спеціальне правове регулювання дистанційних договорів не містить жодних способів захисту, а лише передбачає, що строк поставки товару не повинен перевищувати 30 днів з моменту одержання згоди споживача на укладення договору (ч. 6 ст. 13 Закону № 1023). З огляду на це, судова практика (№ 15, 20, 26 Додатку 1) визнає такі способи захисту як вимагання від продавця передати оплачений товар або повернути сплачені гроші, які передбачені ч. 2 ст. 693 ЦК України. Останній спосіб захисту є більш поширеним та дозволяє паралельно вимагати застосування неустойки в розмірі 1% за прострочення повернення передоплати на підставі ч. 9 ст. 12 Закону № 1023.

Відсутність визначення захисту прав на законодавчому рівні призводить до наукової полеміки. Як правило, більшість науковців розглядають захист лише в контексті порушення прав, забуваючи про важливість превентивного захисту. Водночас законодавець сприймає захист як право особи на захист, реалізація якого відбувається шляхом дій самої особи або суб'єктів захисту за її ініціативи, що виражається у конкретних формах та способах захисту, а судовий захист – як принцип цивільного законодавства. Також нами досліджено співвідношення захисту, охорони прав та цивільно-правової відповідальності, яке полягає в тому, що захист є складовою охорони та включає усі заходи цивільно-правової відповідальності, які одночасно є способами захисту.

Різниця між захистом цивільних прав та інтересів і захистом прав споживачів не суттєва, та зумовлена необхідністю посиленого захисту споживача, що відображено у застосуванні спеціальних суб'єктів та способів захисту.

Спеціальне правове регулювання захисту прав споживачів у дистанційних договорах передбачене лише статтями 12-13 Закону № 1023 та є недосконалим, адже зосереджене тільки на праві на інформацію до укладення договору та безумовному праві на його розірвання, порушення яких є підставою для захисту. Проте досі не врегульованими є правова природа дистанційного договору, будь-які вимоги до його укладення, механізм захисту прав споживачів.

Положення Закону № 675 щодо порядку укладення електронного договору та норми ЦК України щодо конкретних видів договорів є застосовними, але загальними та не містять особливостей захисту прав споживачів у дистанційних договорах.

Перспективою модернізації сучасного стану захисту прав споживачів є розробка Законопроекту № 6134, який спрямований на підвищення рівня їх захисту, адже заповнює прогалини чинного законодавства, зокрема, шляхом оновленого чіткого визначення дистанційного договору, запровадження принципів захисту прав споживачів, вимог до укладення дистанційних договорів, покращення порядку реалізації прав на інформацію, на доставку

товару та на споживчу освіту. Також пропонується право на розірвання договору замінити правом на відмову від договору або від отримання товару, процес реалізації якого є адаптованим до цифрового простору, адже дозволяє відмовитися від договору онлайн, заповнивши форму на сайті суб'єкта господарювання. Загалом даний законопроект орієнтований на нові європейські стандарти захисту прав споживачів, передбачені у Директиві 2011/83/ЄС.

Аналіз чинного законодавства України та судової практики дозволяє дійти висновку, що існує широкий перелік способів захисту. При цьому споживач повинен обрати належний спосіб захисту та зібрати доказову базу, щоб отримати рішення суду на свою користь.

У порівнянні із традиційними договорами, споживач наділений додатковими способами захисту при порушенні умов дистанційного договору, якими є безумовне право на розірвання договору, неустойка за затримку повернення коштів у разі його розірвання, визнання права власності на продукцію без виникнення зобов'язання з її оплати.

Крім цього, на практиці маркетплейсами напрацьовані превентивні способи захисту, які в основному стосуються безпеки споживачів при оплаті та замовленні продукції онлайн. Їх застосування допоможе споживачам забезпечити достатній рівень захисту їх прав навіть ще до укладення дистанційного договору.

## РОЗДІЛ 2

### ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У ДИСТАНЦІЙНИХ ДОГОВОРАХ: УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ ТА ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД

#### **2.1. Складність ідентифікації суб'єкта господарювання як основна перешкода для захисту прав споживачів**

Доступ до інформації є життєво необхідним, адже оперуючи інформацією споживачі можуть уникнути безліч ризиків під час укладення дистанційних договорів. Право на інформацію є одним із найважливіших та найбільш врегульованих законодавством про захист прав споживачів. Це можна пояснити кількома причинами.

По-перше, відсутність інформації про суб'єкта господарювання блокує реалізацію усіх інших прав споживачів. Яскравим прикладом є неможливість реалізувати право на захист ні в судовому, ні в позасудовому порядку. За результатами опитування 39,4% респондентів [42] та територіальні органи Держпродспоживслужби<sup>9</sup> вказують на те, що порушення права на інформацію, за допомогою якої можна ідентифікувати суб'єкта господарювання, є одним із основних порушень прав споживачів. Як наслідок, це призводить до неможливості Держпродспоживслужби застосовувати способи захисту прав споживачів за результатами розгляду їх скарг. На цю проблему звертали увагу багато територіальних органів Держпродспоживслужби,<sup>10</sup> суть якої зводиться до того, що дані органи не можуть здійснювати позапланові заходи державного нагляду через відсутність інформації про найменування та місцезнаходження суб'єкта господарювання. Судовий захист також неможливий без інформації про

---

<sup>9</sup> Див. Додаток 2, де зведені відповіді територіальних органів Держпродспоживслужби на мої запити на доступ до публічної інформації.

<sup>10</sup> Там само.

суб'єкта господарювання, адже споживач як позивач має зазначити належного відповідача та його дані.

По-друге, наявність усієї необхідної інформації про суб'єкта господарювання швидше за все свідчить про його добросовісність та чесну ділову практику, від яких залежить реалізація споживачами прав на безпечну та якісну продукцію, своєчасну її доставку, обмін та повернення за наявності для того умов. Це також підтверджується результатами опитування відповідно до якого наявність контактної інформації сприймається суспільством (60,6%) як найважливіший критерій перевірки надійності інтернет-магазину [42].

Відповідно до п. 7 ч. 2 ст. 19 Закону № 1023 надання неправдивої чи неповної інформації про місце розташування та повну назву продавця або її ненадання є проявом підприємницької практики, що вводить споживача в оману. А договори, укладені внаслідок такої практики, є недійсними в силу закону (ч. 6 ст. 19 Закону № 1023). Таким чином, споживачу не потрібно звертатися до суду з метою визнання дистанційного договору недійсним. Відповідно до ч. 1 ст. 216 ЦК України єдиним наслідком недійсного правочину є двостороння реституція. Тобто сторони повинні повернути одна одній одержане на підставі договору, а саме споживач повертає отриману продукцію, а суб'єкт господарювання – сплачені кошти. Тобто це спрощує механізм захисту споживачів певною мірою. Однак якщо суб'єкт господарювання не виконує своє зобов'язання, то за умови з'ясування необхідної персоніфікованої інформації про нього, споживач може звернутися до суду із вимогою про застосування наслідків недійсності нікчемного правочину на підставі ч. 5 ст. 216 ЦК України.

По-третє, право на інформацію дозволяє споживачам реалізувати право на свободу вибору контрагента, адже споживачі завдяки інформації можуть порівнювати суб'єктів господарювання та свідомо укладати дистанційні договори із тими, які є релевантними саме для них. Відтак відсутність інформації порушує принцип свободи договору, який є ключовим у договірному праві, та перешкоджає захисту прав споживачів у випадку невиконання недобросовісними інтернет-магазинами своїх зобов'язань.

Наразі чинне законодавство зобов'язує продавця надавати інформацію лише про його найменування та місцезнаходження перед укладенням дистанційного договору (п. 1 ч. 2 ст. 13 Закону № 1023). Загальновідомо, що легальна підприємницька діяльність в Україні може здійснюватися шляхом реєстрації юридичної особи або фізичної особи-підприємця (далі – ФОП). Тобто саме найменування юридичної особи або ФОП має вказуватися на сайті інтернет-магазину.

Під найменуванням юридичної особи слід розуміти її організаційно-правову форму та назву (ч. 1 ст. 90 ЦК України), а ФОП – прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи (ч. 1 ст. 28 ЦК України). Натомість популярним є зазначення лише назв бренду чи інтернет-магазину, які не дозволяють ідентифікувати суб'єкта господарювання, тобто реального порушника. Інтернет-магазин, як вбачається із п. 8 ч. 1 ст. 3 Закону № 675, взагалі сприймається як засіб для представлення або реалізації продукції шляхом вчинення електронного правочину. Також трапляються випадки використання чиеїсь торговельної марки без правових підстав чи власної, яка подібна до чужої, у назві інтернет-магазину [43].

Відповідно до ч. 1 ст. 93 ЦК України місцезнаходженням юридичної особи є фактичне місце ведення діяльності чи розташування офісу, з якого проводиться щоденне керування діяльністю юридичної особи (переважно знаходиться керівництво) та здійснення управління і обліку. Згідно з п. 5 ч. 4 ст. 9 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань» місцезнаходженням ФОП є адреса місця проживання, за якою здійснюється зв'язок з нею [44]. Зазначене свідчить про те, що на практиці інтернет-магазин має хоча б одну із доступних адрес, а саме адреси ведення бізнесу, розташування офісу менеджерів, складу продукції, адресу вказану при державній реєстрації юридичної особи чи ФОП. Тому відсутність інформації про місцезнаходження в розділі «Контакти» у зв'язку із тим, що діяльність здійснюється онлайн та відсутній офіс як такий, є прямим порушенням законодавства про захист прав споживачів.

Цілком зрозуміло чому законодавець акцентує увагу лише на таких основних відомостях як найменування та місцезнаходження, адже їх достатньо, щоб зробити «due diligence», тобто перевірити суб'єкта господарювання в публічних реєстрах перед укладенням дистанційного договору. А за відсутності інформації про найменування та місцезнаходження споживач позбавлений можливості дізнатися про: 1) реєстрацію суб'єкта господарювання та його контактні дані, наявність необхідного КВЕДу 47.91 «Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу інтернет» в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань; 2) відсутність чи наявність заборгованостей перед споживачами та податковими органами, які стягуються в примусовому порядку, в Єдиному реєстрі виконавчих проваджень; 3) історію судових справ про порушення суб'єктом господарювання прав споживачів, загальний підхід судів до захисту цих прав в Єдиному державному реєстрі судових рішень; 4) правильність ІВАН та найменування банку, в якому обслуговується суб'єкт господарювання [45]. Ці всі дії є по суті превентивним захистом, який споживач може здійснювати, щоб знизити ризики порушення його прав. Також інформація про найменування та місцезнаходження суб'єкта господарювання дозволяє використати такі механізми захисту як надсилання вимоги-претензії на його юридичну адресу, звернення до суду чи до Держпродспоживслужби. Тому доступність цих дій є також важливою, адже вони становлять захист прав споживачів у випадку їх порушення.

При цьому на рівні ініціатив захист прав споживачів передбачає ефективніші механізми, які відповідають практичним потребам сьогодення.

У Законопроекті № 6134 підхід до забезпечення споживачів інформацією про суб'єкта господарювання дещо модернізований. Основною новелою є розширений перелік інформації про суб'єкта господарювання, яку він повинен надати споживачу. У п. 2 ч. 1 ст. 16 Законопроекту № 6134 зазначається, що дистанційний договір повинен містити загальні відомості про суб'єкта господарювання, достатні для його ідентифікації:

а) для юридичних осіб: найменування юридичної особи (відокремленого підрозділу), її місцезнаходження, ідентифікаційний код згідно з ЄДРПОУ, наявність документу дозвільного характеру чи ліцензії (якщо це передбачено законодавством);

б) для ФОП: прізвище, власне ім'я та по батькові (за наявності) ФОП, місце проживання, наявність документу дозвільного характеру чи ліцензії (якщо це передбачено законодавством);

в) номер телефону, адреса електронної пошти у разі її наявності або інші засоби зв'язку;

г) найменування та місцезнаходження суб'єктів господарювання, відповідальних за прийняття та розгляд вимог про виконання гарантійних зобов'язань та/або комерційної гарантії.

Дана законотворча пропозиція майже повністю дублює чинне правове регулювання у сфері електронної комерції. У ч. 1 ст. 7 Закону № 675 передбачений обов'язок суб'єктів електронної комерції забезпечити постійний доступ до ідентичної контактної інформації, зазначеної в п. 2 ч. 1 ст. 16 Законопроекту № 6134, а також до реєстраційного номеру облікової картки платника податків або паспорту ФОП, адреси інтернет-магазину, інших відомостей, що відповідно до законодавства підлягають оприлюдненню.

Як вбачається із ч. 2 ст. 17 Законопроекту № 6134 умови дистанційного договору із вищезазначеною інформацією мають бути розміщені на сайті суб'єкта господарювання. На практиці дистанційним договором є Угода користувача або Договір публічної оферти, які розміщені на сайті інтернет-магазину, та не містять персоніфіковану інформацію про суб'єкта господарювання. Інші відомості, крім найменування суб'єкта господарювання, найчастіше зустрічаються в розділі «Контакти».

Зазначений перелік інформації про суб'єкта господарювання у п. 2 ч. 1 ст. 16 Законопроекту № 6134 є також наближеним до запропонованого Організацією економічного співробітництва та розвитку, яка розглядає розкриття інформації як один із загальних принципів, яких бізнес має дотримуватися у своїй практиці

для захисту прав споживачів (п. 29) [46, с. 13]. Цей принцип вважається реалізованим, якщо бізнес забезпечує споживачів «доступною інформацією про себе, достатньою» для: 1) його ідентифікації; 2) «оперативного, простого та ефективного спілкування» із ним; 3) «належного та ефективного вирішення спорів»; 4) початку судових процесів; 5) встановлення його місцезнаходження (п. 28) [46, с. 13].

Також у Законопроекті № 6134 вперше врегульований розподіл обов'язків щодо публікації інформації про суб'єкта господарювання, якщо він продає продукцію на маркетплейсах чи прайс-агрегаторах. Останні повинні контролювати наявність на їх сайті інформації про суб'єкта господарювання, яка передбачена п. 2 ч. 1 ст. 16 Законопроекту (абз. 2 ч. 6 ст. 17 Законопроекту № 6134). Це практичний та можливий спосіб боротьби із такою проблемою захисту прав споживачів як складність ідентифікації суб'єкта господарювання.

Наразі багато інтернет-магазинів здійснюють свою діяльність на базі маркетплейсів чи прайс-агрегаторів, які могли б, але не сприяють обов'язковому розміщенню інформації, достатньої для ідентифікації власників інтернет-магазинів. Адже процес реєстрації облікового запису інтернет-магазину на їх базі є простою процедурою без надання документів, які підтверджують право суб'єктів господарювання на продаж товарів в Інтернеті та є достатніми для їх ідентифікації.

Наприклад, на Prom.ua у вже створеному обліковому записі суб'єкт господарювання може добровільно надати реєстраційні документи, реквізити юридичної особи чи ФОП, які мають бути перевірені адміністрацією Prom.ua, з метою одержання знака «Наявність документів», який підтверджує, що власник інтернет-магазину надав достовірну контактну інформацію [47]. При цьому із аналізу Угоди користувача вбачається, що адміністрація Prom.ua може, а не зобов'язана, запитувати документи, що ідентифікують її Користувача (п. 3.11), видаляти або блокувати доступ до інформації без попередження у випадку розміщення інтернет-магазином недостовірної інформації, здійснення діяльності

з порушенням законодавства України (п. 7.11.5), а також не проводить обов'язкову перевірку опублікованої інформації (п. 5.3) [48].

Процес оформлення співпраці із іншими українським маркетплейсом Rozetka дещо відрізняється та є більш сприятливим для споживачів. Адже для реєстрації особистого кабінету продавця необхідно «подати заявку, підготувати прайс-лист товарів» та надати необхідні документи для підписання договору про співпрацю через ЕЦП [49], серед яких для ФОП – «актуальну довідку з банку про відкриття розрахункового рахунку», а для юридичної особи – «довідку із банку про відкриття рахунку», «протокол загальних зборів/рішення учасника ... [про право директора] укладати/підписувати договори з ТОВ «РОЗЕТКА.УА» без обмежень за ціною», «протокол/наказ про призначення директора» [50].

При цьому при замовленні товарів на Rozetka є недоступною інформація для споживача про реальне найменування суб'єкта господарювання, який виступає продавцем, чи назву його інтернет-магазину, якщо в нього є також свій сайт, адже адміністрацією маркетплейсу встановлені правила, що у назві магазину заборонено вказувати назви компанії, виробника та бренду, які дозволяють перейти на власний сайт продавця в Інтернеті [51]. Тому знати найменування суб'єкта господарювання може лише адміністрація Rozetka за умови, що їй надана достовірна інформація. Но на запит споживача вона навряд чи надасть такі відомості, вважаючи їх конфіденційною інформацією. Хоча дані дії є незаконними, адже інформація про найменування та місцезнаходження суб'єкта господарювання є публічною у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань. Однак Держпродспоживслужба могла б звернутися із таким запитом, коли відсутність інформації про суб'єкта господарювання перешкоджає вживати заходи державного нагляду. З цього приводу адміністрація Rozetka зазначає, що вона «має право надавати інформацію про кількість здійснених угод, а також іншу необхідну інформацію ... [на] запит компетентного державного органу» (п. 8.7.) [52].

Крім цього, ч. 4 ст. 17 Законопроекту № 6134 передбачається важливий превентивний механізм захисту прав споживачів, а саме планується запуснути Реєстр декларацій суб'єктів електронної торгівлі, держателем якого має бути Держпродспоживслужба, до якої суб'єкт господарювання добровільно подаватиме декларацію із зазначенням у ній персоніфікованої інформації, передбаченої п. 2 ч. 1 ст. 16 Законопроекту. Загалом запровадження даного механізму є позитивною тенденцією щодо ідентифікації суб'єкта господарювання, адже споживачі зможуть безпечно замовляти товари/роботи/послуги, маючи доступ до відкритого єдиного реєстру добросовісних інтернет-магазинів.

При цьому, досі неврегульованим є питання перевірки достовірності контактних даних про суб'єкта господарювання. Тобто не існує алгоритму хто та у який спосіб має перевіряти зазначені дані на сайті інтернет-магазину чи навіть у тому ж Реєстрі декларацій. Тому дана проблема теж сприяє незахищеності прав споживачів, адже вони самостійно не можуть визначити чи є такі дані фіктивними. Як результат, споживачі можуть укласти дистанційний договір із ненадійним контрагентом. А захист без володіння персоніфікованою інформацією є недоступним.

Хоча раніше була ініціатива щодо створення платформи «Е-споживач», де Держпродспоживслужба мала б не тільки вносити контактні дані про суб'єкта господарювання як пропонується зараз у Законі № 6134, а й ідентифікувати його як «Перевірений продавець» [53]. Подібна практика існує в країнах ЄС, де національні регулятори захисту прав споживачів ведуть у відкритому доступі «чорні списки» інтернет-магазинів [54]. Наприклад, Чеська інспекція торгівлі веде реєстр несумлінних компаній, де фіксуються назва компанії, вид порушення прав споживачів та застосовані санкції [55]. Натомість у Німеччині, Франції, Швейцарії діє відкритий реєстр добросовісних інтернет-магазинів у податкових органах [35]. Тобто важливість таких реєстрів в тому, що визнання суб'єкта господарювання як добросовісного відбувається на підставі перевірки його контактних даних на достовірність.

Корисним є також іноземний досвід з приводу верифікації номеру телефону, який має обов'язково зазначатися на сайті інтернет-магазину. У ЄС, США та Ізраїлі правове регулювання передбачає обов'язок вказувати «лише ті мобільні телефони, що офіційно зареєстровані оператором на юридичну особу або прив'язані до паспортних даних приватного підприємця» [35]. В Україні поки такої норми не має, що призводить до поширених ситуацій, коли споживач не має зворотного зв'язку із інтернет-магазином у випадку порушення його прав.

На відміну від України, цікавим є досвід Чехії щодо заборони укладення дистанційних договорів по телефону з метою зупинення шахрайських дій проти споживачів [55]. Такі договори є нікчемними, а до компаній можуть застосовуватися значні штрафи [55]. Водночас повторні дзвінки менеджерів магазину щодо купівлі їх товару/послуги, якщо споживач першочергово відмовився від пропозиції, заборонені та можуть визнаватися «агресивним методом торгівлі» [55].

Також Законопроектom № 6134 пропонується механізм спрямований на вирішення практичної проблеми щодо неможливості Держпродспоживслужби здійснювати захист через відсутність ідентифікуючої інформації про суб'єкта господарювання, про яку детальніше згадувалося на початку. Тобто передбачається альтернатива позаплановим заходам державного нагляду у вигляді надання Держпродспоживслужбі повноваження «звертатися до провайдера інтернет-послуг щодо обмеження доступу до веб-сайту (частини веб-сайту, програмного забезпечення) ... суб'єкта господарювання», якщо останній не забезпечить достовірну інформацію про найменування та місцезнаходження (п. 5 ч. 2 ст. 31 Законопроектom № 6134).

Схожу практику мають наразі маркетплейси. Наприклад, адміністрація Prom.ua може призупинити, обмежити або зупинити доступ інтернет-магазину до будь-якого із сервісів, якщо він відмовиться надати ідентифікуючі документи (п. 3.11), його діяльність є незаконною (п. 3.9) тощо [48].

Ще одним ефективним способом ідентифікації власника сайту може бути наділення Держпродспоживслужби повноваженням звертатися до реєстратора

доменного імені, найменування та контакті дані якого можна знайти в базі даних «WHOIS» [56], з метою отримання інформації про суб'єкта господарювання, на якого зареєстроване доменне ім'я. Адже відповідно до ст. 1 Закону України «Про авторське право і суміжні права» за відсутності доказів іншого власником веб-сайту вважається реєстрант доменного імені [57].

## **2.2. Проблемні аспекти відповідальності за порушення законодавства про захист прав споживачів**

Як уже було з'ясовано у п. 1.1. Розділу 1, відповідальність є складовою захисту прав споживачів. У доктрині цивільного права відповідальність традиційно поділяють на договірну, яка настає «при порушенні цивільного обов'язку, що виникає з укладеного сторонами договору» та «становить додатковий до основного, вже існуючого, юридичний обов'язок», та недоговірну у випадку «порушення встановленого законом або іншим актом цивільного законодавства юридичного обов'язку, що має абсолютний характер» [58, с. 251].

Чинним законодавством про захист прав споживачів представлені окремі випадки недоговірної відповідальності. Насамперед, ч. 2 ст. 13 Закону № 1023 передбачена можливість покладення відповідальності на суб'єкта господарювання у разі невиконання переддоговірних інформаційних зобов'язань, зазначених у цій частині. При цьому конкретні форми відповідальності містяться у статтях 15 та 23 Закону № 1023. Однією із найпоширеніших форм є відшкодування збитків, яке відповідно до ч. 7 ст. 15 Закону № 1023 застосовується, коли надання недоступної, недостовірної, неповної або несвоєчасної інформації про продукцію та про виробника (виконавця, продавця) призвело до придбання продукції, яка не має потрібних споживачеві властивостей (п. 1), неможливості її використання за призначенням (п. 2), заподіяння шкоди життю, здоров'ю або майну споживача (п. 3).

Іншою формою відповідальності є штрафи, які можуть застосовуватися одночасно із відшкодування збитків. Що стосується інформації, то згідно з п. 7

ч. 1 ст. 23 Закону № 1023 відсутність необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію або продавця незалежно від настання наслідків спричиняє відповідальність у розмірі 30 % вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. Такі фінансові санкції є радше символічними, ніж ефективними. Хоча Законопроектом № 6134 пропонується збільшення відповідальності за нерозміщення суб'єктом господарювання персоніфікованої інформації на сайті інтернет-магазину, маркетплейсу, прайс-агрегатора. Такий штраф встановлюється у десять тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян відповідно до п. 10 ч. 1 ст. 42 Законопроекту № 6134, тобто у 170 000 грн.

Інші штрафи за порушення законодавства про захист прав споживачів, передбачені ст. 23 Закону № 1023, не є специфічними та можуть застосовуватися як до офлайн, так і онлайн-діяльності суб'єктів господарювання. Дані штрафи накладаються посадовими особами Держпродспоживслужби та її територіальних органів на підставі актів перевірки суб'єкта господарювання, що передбачено п. 3 та п. 4 Порядку накладення стягнень за порушення законодавства про захист прав споживачів [59]. Однак їх застосування є неможливим, якщо невідомо інформацію про найменування та місцезнаходження суб'єкта господарювання, адже вищезазначені суб'єкти не зможуть зробити перевірку та відповідно винести постанову про накладення штрафу. Також незрозумілою залишається процедура перевірки сайтів інтернет-магазинів та їх сторінок у соціальних мережах на дотримання вимог законодавства щодо публікації необхідної інформації про продукцію та продавця.

Наприклад, в одній із справ суд продемонстрував застосування загальних положень про відповідальність до порушення зобов'язань за дистанційним договором. Так, суд не скасував постанову Головного управління Держпродспоживслужби в м. Києві про накладення стягнення, передбаченого п. 12 ч. 1 ст. 23 Закону № 1023, внаслідок порушення ТОВ «Розетка.УА» права

споживача на вільний вибір товарів та заборони примушувати купувати товари непотрібного асортименту, адже на сайті була представлена ціна за одиницю товару без можливості купити товар у кількості 1 шт. [60]. Суд дійшов висновку, що «умов[а] про мінімальну кількість товару» при замовленні «є порушенням вимог ч. 2 ст. 17 Закону №1023-ХІІ, оскільки фактично споживач вимушений придбавати товар одного виду, моделі, розміру, який не входить у комплект та не є комплектним, у непотрібній йому кількості» [60]. Також суд розцінив дії щодо розміщення товару без «наміру продавати такий товар у кількості однієї одиниці, як окремий товар» як такі, що вводять в оману [60].

З одного боку, застосування штрафів не приносить користі майнового характеру для споживача, адже їх зарахування відбувається до державного бюджету відповідно до ч. 2 ст. 23 Закону № 1023. Натомість значний розмір штрафу може негативно вплинути на майнову сферу суб'єкта господарювання та стримувати інші інтернет-магазини від вчинення правопорушень. З іншого боку, постанова про накладення штрафу може бути одним із доказів протиправної поведінки суб'єкта господарювання у випадку відшкодування споживачем збитків, моральної шкоди в судовому порядку. Також кількість винесених постанов свідчить про систематичний характер порушень законодавства про захист прав споживачів та дозволяє з'ясувати їх сутність. Відтак споживач може орієнтуватися наскільки діяльність суб'єкта господарювання, який пропонує продукцію через інтернет-магазин, маркетплейс, є добросовісною.

З аналізу судової практики вбачається, що застосування споживачами такого способу захисту як неустойка, яка за своєю суттю водночас є мірою цивільно-правової відповідальності, не є поширеним (№ 1, 6, 12, 14, 15, 18-20 Додатку 1). Однак вимога про повернення сплачених коштів за продукцію у разі розірвання дистанційного договору автоматично свідчить про те, що у споживача виникає право на застосування законної неустойки, розмір якої становить 1% від вартості продукції за кожний день затримки повернення грошей відповідно до ч. 9 ст. 12 Закону № 1023. Недоліком цієї норми є неможливість зміни розміру неустойки в договірному порядку. А відсутність

встановленого строку<sup>11</sup> повернення коштів у разі розірвання дистанційного договору створює неоднозначність на практиці, що впливає на визначення періоду за який має стягуватися неустойка.

Хоча, стягнення неустойки може бути ефективним компенсаційним заходом, якщо строк затримки повернення коштів є тривалим. При цьому, деякі суди (№ 15 Додатку 1) вдаються до принципу справедливості та задовольняють стягнення неустойки лише в розмірі неповернутих грошей, якщо її розмір значно перевищує суму сплачених коштів.

На законодавчому рівні передбачені ще два випадки законної неустойки, які є загальними по відношенню до ст. 12-13 Закону № 1023, адже їх дія поширюється на будь-які договори купівлі-продажу, договори про виконання робіт/послуг незалежно від засобу їх укладення. По-перше, такі способи захисту як заміна товару неналежної якості та безоплатне усунення недоліків, як правило, мають реалізовуватися протягом 14 днів або за згодою сторін в інший строк (ч. 6 та ч. 9 ст. 8 Закону № 1023). Недотримання цього строку передбачає застосування відповідальності у вигляді неустойки в розмірі 1% вартості товару (абз. 3 ч. 9 ст. 8 Закону № 1023). По-друге, застосовується пеня у розмірі 3% вартості роботи/послуги, якщо інше не передбачено законодавством, за кожний день або годину прострочення виконання зобов'язання в залежності від обраної сторонами одиниці виміру тривалості виконання (абз. 1 ч. 5 ст. 10 Закону № 1023). Отже, дані розміри неустойок забезпечують мінімальний рівень захисту прав споживачів.

Проблемним аспектом є відшкодування моральної шкоди як ще однієї форми цивільно-правової відповідальності. Як правило, суди не задовольняють таку вимогу з різних причин. Наприклад, дуже часто суди відмовляють у відшкодуванні моральної шкоди, якщо нема підстав для задоволення вимоги про розірвання договору та/або про стягнення сплачених коштів, вважаючи першу вимогу похідною від інших (№ 1, 3, 5, 22, 25 Додатку 1). Такий підхід цілком

---

<sup>11</sup> Дана проблема була детальніше проаналізована у п. 1.3. Розділу 1 в контексті розгляду такого способу захисту як розірвання договору.

узгоджується із ч. 2 ст. 22 Закону № 1023, де зазначено, що суд одночасно вирішує питання щодо моральної шкоди при задоволенні вимог споживача.

Не менш поширеною підставою для відмови у відшкодуванні моральної шкоди є недоведеність причинно-наслідкового зв'язку між протиправними діями або бездіяльністю суб'єкта господарювання та моральною шкодою (№ 7, 9, 12 Додатку 1). Хоча у справі № 159/2882/18 апеляційний суд дійшов протилежного висновку, що доведений «факт порушення відповідачем прав споживача на отримання якісного товару ... є достатньою та обґрунтованою підставою для відшкодування моральної шкоди», посилаючись на практику ЄСПЛ, відповідно до якої «деякі форми нематеріальної шкоди, включаючи моральні страждання, за самою їхньою природою не завжди можна підтвердити конкретними доказами» [61]. Таким чином, судом продемонстровано підхід, що стягнення моральної шкоди можливе лише за наявності порушення прав споживача незалежно від встановлення таких елементів цивільного правопорушення як причинний зв'язок та наслідки.

Також деякі суди вважають, що моральна шкода може бути відшкодована лише у випадках, передбачених законодавством. Наприклад, у даних справах (№ 1, 7, 19 Додатку 1) суди апеляційної та першої інстанції дотримувалися підходу, що моральна шкода підлягає відшкодуванню, коли вона «завдана майну споживача або завдана каліцтвом, іншим ушкодженням здоров'я або смертю». В іншій справі суд першої інстанції вирішив, що ненадсилання замовленого товару не є достатньою підставою для стягнення моральної шкоди, адже право на її відшкодування могло б виникнути «тільки в разі шкоди, завданої внаслідок недоліків продукції, тобто товару, який повинний був поставлений» (№ 26 Додатку 1). З цього приводу, Верховний Суд сформував правову позицію, що «компенсація моральної шкоди повинна відбуватися у будь-якому випадку її спричинення – право на ... [яку] виникає внаслідок порушення права особи незалежно від наявності спеціальних норм цивільного законодавства» [62]. Цей підхід відповідає забезпеченню найкращих інтересів споживачів та дозволить формувати усталену судову практику щодо відшкодування моральної шкоди.

Крім цього, важливе значення при захисті прав споживачів відіграє відповідальність за шкоду, завдану внаслідок недоліків продукції, яка гарантована ст. 16 Закону № 1023. При цьому порядок відшкодування передбачений спеціальним Законом України «Про відповідальність за шкоду, завдану внаслідок дефекту в продукції» (далі – Закон № 3390) [63], який безпосередньо не стосується дистанційних договорів. У цьому не має потреби, адже заподіяння даної шкоди «є підставою виникнення недоговірною зобов'язання між заподіювачем шкоди та споживачем» [14, с. 355]. Таким чином, засіб укладення договору не має значення для порядку відшкодування шкоди.

На відміну від Закону № 1023, положення Закону № 3390 не поширюються на відшкодування шкоди, завданої внаслідок недоліків послуг та робіт. Це впливає із визначення продукції, якою відповідно до п. 5 ч. 1 ст. 1 Закону № 3390 є будь-яке рухоме майно, включаючи готову продукцію, сировину та комплектувальний виріб, у тому числі майно, що є складовою частиною іншого рухомого або нерухомого майна. При цьому правила відшкодування шкоди, завданої внаслідок недоліків нерухомого майна, робіт та послуг передбачені главою 82 (§ 3) ЦК України.

Для відшкодування шкоди споживач повинен довести наявність шкоди, дефекту в продукції та причинно-наслідкового зв'язку між ними (ч. 1 ст. 6 Закону № 3390). Згідно із п. 6 ч. 1 ст. 1 Закону № 3390 під шкодою слід розуміти каліцтво, інше ушкодження здоров'я або смерть, пошкодження або знищення будь-якого об'єкта права власності, за винятком самої продукції, що має дефект. Відповідно до ч. 1 ст. 5 Закону № 3390 продукція є такою, що має дефект, у разі, коли вона не відповідає рівню безпеки, на яку споживач має право розраховувати виходячи з усіх обставин, перерахованих у цій частині статті. У ЄС визначення щодо неякісної продукції подібне, проте дещо уточнене. Згідно із ч. 1 ст. 6 Директиви Ради 85/374/ЄЕС «Про наближення законів, постанов та адміністративних положень держав-членів щодо відповідальності за неякісну продукцію» (далі – Директива 85/374) продукція вважається неякісною, коли

вона не надає справедливо очікуваного рівня безпеки, враховуючи всі обставини [64].

Повністю відмінним є визначення недоліків робіт та послуг. Відповідно до ч. 1 ст. 1209 ЦК України підставами для відшкодування шкоди є конструктивні, технологічні, рецептурні та інші недоліки, а також надання недостовірної або недостатньої інформації про них.

Наявність вини не є обов'язковою для притягнення до цивільно-правової відповідальності суб'єкта господарювання за завдану шкоду, що передбачено ст. 4 Закону № 3390 та абз. 2 ч. 1 ст. 1209 ЦК України. В іноземних країнах, таких як Австралія [65], Велика Британія [66], Австрія [67] таку відповідальність називають суворою (англ. "*strict liability*"). В ЄС відповідальність за неякісну продукцію також настає незалежно від вини, що підтверджується ст. 4 Директиви 85/374.

Також є тенденція розвитку презумпції причинного наслідкового зв'язку. Наприклад, в об'єднаних справах С-503/13 та С-504/13 Суд Справедливості ЄС, розглядаючи питання шкоди, завданої неякісними медичними приладами, дійшов висновку, що, якщо «товари, що належать до однієї групи або до однієї виробничої серії, мають потенційний дефект, можна класифікувати усі товари цієї групи чи серії як неякісні без необхідності доводити, що розглянутий товар є неякісним» (п. 41) [68]. Також є цікавою французька судова практика, яка характеризує причинно-наслідковий зв'язок по-різному в залежності від ситуації. З одного боку, як правило, французькою судовою практикою визнається, що причинно-наслідковий зв'язок має бути «фактичним, прямим та безсумнівним» (тобто «науково доведеним») [69], а з іншого боку допускається доказування зв'язку на основі «серйозних, конкретних та послідовних» припущень [69].

Споживач повинен пред'являти вимоги щодо відшкодування шкоди, завданої дефектною продукцією, до виробника, яким є широке коло суб'єктів. Відповідно до Закону № 3390 виробником вважається: 1) виробник готової продукції, сировини або комплектувального виробу, складової частини

продукції (п. 2 ч. 1 ст. 1); 2) будь-яка особа, яка, розміщуючи на продукції своє найменування, торговельну марку чи іншу ознаку, заявляє про себе як про виробника (п. 2 ч. 1 ст. 1); 3) будь-яка особа, яка ввезла на митну територію України продукцію з метою її продажу, передання в найм (оренду), лізинг або розповсюдження в будь-якій іншій формі (ч. 2 ст. 7). Аналогічне визначення суб'єктів, віднесених до виробників, передбачене ч. 1-2 ст. 3 Директиви 85/374. Однак шкоду, завдану внаслідок недоліків робіт та послуг, має відшкодовувати їх виконавець (ч. 2 ст. 1210 ЦК України).

Також законодавство сприяє захищеності прав споживачів навіть якщо виробник не може бути ідентифікований. У такому випадку відповідальність покладається на постачальника/продавця, якщо вони протягом 30 днів не повідомлять споживачу найменування та місцезнаходження виробника або особи, яка поставила їм продукцію (ч. 3 ст. 7 Закону № 3390). Ця норма мала б стимулювати продавців в Інтернеті вказувати дані виробника, щоб уникнути власної відповідальності. Подібне регулювання діє в ЄС, за винятком того, що лише постачальник продукції прирівнюється до виробника, якщо він заздалегідь не повідомляє споживача про того, хто виробив чи надав йому продукцію (ч. 3 ст. 3 Директиви 85/374).

Крім цього, ч. 1 ст. 8 Закону № 3390 передбачена солідарна відповідальність, суть якої полягає в тому, що споживач має право вимагати відшкодування шкоди як від усіх осіб, відповідальних за ту саму шкоду, так і від будь-якої з них окремо. Даний підхід узгоджується із загальними положеннями цивільного законодавства про відшкодування шкоди, завданої кількома особами (ч. 1 ст. 1190 ЦК України). На практиці принцип солідарної відповідальності є особливо актуальним, коли споживач не має контактних даних про усіх заподіювачів шкоди у зв'язку із складністю ідентифікації суб'єктів господарювання за допомогою засобів дистанційного зв'язку. Тому споживачеві достатньо пред'явити вимогу про відшкодування шкоди лише до суб'єкта, інформація про якого доступна.

Принцип солідарної відповідальності за неякісну продукцію також передбачений ст. 5 Директиви 85/374. Такий підхід діє в іноземних країнах, наприклад, у Великій Британії [66], Австрії [67], Франції [69]. Натомість більшість штатів США відійшли від цього принципу та розподіляють «збитки на основі відсотка вини кожної сторони» [70].

На практиці проблемним аспектом є розмежування відповідальності між суб'єктом господарювання, що є стороною дистанційного договору, та маркетплейсом, який всього лиш забезпечує платформу суб'єкту господарювання для здійснення на ній торгівлі. Наприклад, Prom.ua та Rozetka є маркетплейсами, які дозволяють на своїх сайтах іншим продавцям укладати дистанційні договори із споживачами. Однак залишається відкритим питання, хто буде відповідальним, якщо такий продавець перестане комунікувати із споживачем чи взагалі видалить свій обліковий запис на маркетплейсі. Ні судова практика, ні законодавство України не вирішують це питання. Натомість судова практика обмежується тим, що визнає маркетплейс неналежним відповідачем, адже він є «лише адміністратором веб-сайту інтернет-магазину» [71].

У Законопроекті № 6134 були певні спроби врегулювати розмежування відповідальності між маркетплейсом та продавцями на його платформі. По-перше, у абз. 2 ч. 6 ст. 17 Законопроекту № 6134 зазначено, що маркетплейс несе відповідальність за наявність інформації, яка стосується даних про суб'єктів господарювання та запропоновану ними до продажу продукцію. Звідси вбачається, що маркетплейси зобов'язані контролювати процес забезпечення продавцями на їх платформі необхідною інформацією споживачів. В протилежному випадку споживач може відразу розраховувати на відповідальність маркетплейсу. Однак зміст цієї відповідальності не деталізований у Законопроекті № 6134, тому варто виходити із загальних положень про цивільно-правову відповідальність.

По-друге, ч. 7 ст. 17 Законопроекту № 6134 гарантоване право споживача на інформацію про розподіл обов'язків та відповідальності маркетплейсу та продавців на його платформі. Такий підхід діє в ЄС, де саме маркетплейс

зобов'язаний інформувати споживачів про такий розподіл, попередньо узгодивши його із продавцями [29, с. 41].

Наразі розмежування відповідальності маркетплейсами здійснюється на договірному рівні. Основна суть полягає в тому, що маркетплейси убезпечують себе від відповідальності, прописуючи умови про те, що вони не є відповідальними за дії продавців на їх платформі за будь-яких умов (пп. 5.4, 5.8, 7.7, 7.9 Угоди користувача на Prom.ua [48] та пп. 3.10., 8.7., п. 10 Правил та умов на Rozetka [52]). Наприклад, обидва маркетплейси не є відповідальними за такі зобов'язання продавців: якість товарів/послуг; відповідність товарів очікуванням покупця; доставка, обмін та повернення товарів; виконання гарантійних зобов'язань; діяльність відповідно до чинного законодавства (п. 10.5 [52] та п. 7.7 [48]).

Однак трапляються випадки, коли маркетплейси добровільно відшкодовують збитки замість недобросовісних продавців. Наприклад, на Prom.ua існує «Програма захисту покупців», яка надає компенсацію до 3000 грн за наявності таких умов: 1) оплачений товар не відправлений продавцем; 2) дистанційний договір оформлений через кошик на Prom.ua внаслідок чого є номер замовлення; 3) є документ про оплату за реквізитами, отриманими через Prom.ua, но не через інші засоби спілкування; 4) є документ, що підтверджує «звернення в правоохоронні органи України за фактом шахрайства продавця (витяг з ЄРДР із зазначеним номером справи або талон-повідомлення, що підтверджує прийняття вашої заяви)» [72].

Водночас Гарантія повернення грошей eBay пропонує ширший перелік підстав, коли повне відшкодування коштів за товар та його доставку відбувається за рахунок маркетплейсу: 1) якщо товар не був доставлений; 2) якщо товар не відповідає опису, тобто надісланий товар є неякісним, пошкодженим чи зламаним; 3) якщо «продавець не виконує свою політику повернення» товарів [73].

Крім цього, за ініціативою деяких маркетплейсів (Alibaba Group, Amazon, eBay, Rakuten France) у 2018 році створено Product Safety Pledge [74, с. 3].

Відповідно до даного документу маркетплейси добровільно зобов'язуються виконувати визначені ними заходи, спрямовані на «покращення виявлення небезпечних продуктів» [74, с. 1], які «продаються онлайн сторонніми продавцями» на сайтах маркетплейсів [74, с. 2], «до того як вони будуть продані споживачам або якомога швидше після цього» [74, с. 1]. Серед основних зобов'язань маркетплейсів варто виділити: 1) «співпраця із органами влади країн-членів ЄС щодо ідентифікації ... ланцюга постачання небезпечних продуктів шляхом відповіді на запити даних» (п. 3); 2) видалення списків небезпечних продуктів із переліку на сайті на основі повідомлення уряду (п. 5); 3) «забезпечення споживачів чітким способом повідомлення про списки небезпечних продуктів» (п. 6); 4) «запобігання повторній появі уже видалених списків небезпечних продуктів» (п. 11) [74, с. 2].

Дана ініціатива є ефективним інструментом захисту прав споживачів від дефектної продукції, що вбачається із показників діяльності маркетплейсів, зазначених у звітах перед Європейською Комісією, які подаються кожні 6 місяців [74, с. 2]. Наприклад, в останньому звіті від 22.04.2022 ключовими досягненнями є видалення 79% списків небезпечних продуктів на основі урядових повідомлень, «запровадження нових заходів для запобігання повторній появі небезпечних продуктів», серед яких «система покарань для повторних порушників, блокування ключових слів та ризиків пошукової системи» [75, с. 1-2]. Крім цього, кожного року все більше маркетплейсів є зацікавленими у захисті прав споживачів, адже станом на 01.03.2021 підписантами зазначеної ініціативи є ще 7 маркетплейсів, серед яких такі відомі як Etsy, Joom, Wish.com [74, с. 4-5].

Натомість іноземна судова практика активно розвивається щодо можливості покладення відповідальності на маркетплейси.

Особливо розвинена судова практика США, яка є різноплановою та складається із трьох основних підходів, а саме вважається, що маркетплейси є відповідальними за неякісну продукцію, продану продавцями на їх сайті, якщо вони: 1) визнаються продавцями; 2) є «ключовою складовою ланцюга постачання»; 3) є «невід'ємною частиною продажу» [76].

Наприклад, у справі *State Farm Fire & Cas Co. v Amazon.com, Inc. (2020)* Верховний Суд Нью-Йорку визнав Amazon продавцем через наявність «достатнього контролю», адже маркетплейс «мав повноваження відмовити у реєстрації продукту, обробляти повернення клієнтів, та готувати продукти до відправки, одночасно отримуючи прибуток і відправляючи продукт у [своїй] фірмовій упаковці» [76].

У справі *Angela Bolger v. Amazon.com, Inc. (2020)* апеляційний суд Каліфорнії визнав маркетплейс Amazon відповідальним, адже він: 1) є «єдиним членом ланцюга постачання, розумно доступним для потерпілого» [77, с. 26]; 2) «відіграє значну роль у гарантуванні безпеки продукції», оскільки може моніторити скарги споживачів, вимагати від продавців «дотрим[ання] усіх законів та правил», «призупинити продаж певних продуктів або заблокувати продавця» [77, с. 27]; 3) може «коригувати витрати на компенсацію ... між собою та продавцями» шляхом притримання платежів, страхування комерційної відповідальності продавців [77, с. 28]; 4) має «контроль над продуктом та транзакцією з продажу» [77, с. 31], бо забезпечує продавців площадкою для продажу, виставляє їх пропозиції, володіє продукцією, приймає замовлення, виставляє рахунок, відправляє продукт у фірмовій упаковці [77, с. 31].

Отже, зазначені підходи на користь споживачів відповідають принципам пропорційності, розумності та справедливості, адже споживачі не повинні залишатися без компенсації за дефектну продукцію лише на тій підставі, що маркетплейси не доклали достатніх зусиль для перевірки їх продавців на добросовісність перш, ніж надавати їм платформу для продажів.

Також є рішення судів не на користь споживачів. Наприклад, у справі *Amazon.com v. McMillan (2021)* Верховний Суд Техасу вирішив, що Amazon не може вважатися продавцем, адже даний маркетплейс «ніколи не володів чи не передавав право власності» на неякісну продукцію та «залучений в ланцюг постачання» з метою «допомог[и] або полегш[ення] продажів» [78, с. 99-100]. У справі *Fox v. Amazon.com, Inc. (2019)* апеляційний суд не визнав Amazon продавцем через відсутність «достатнього контролю» над продуктом [78, с. 103].

Також є незначна судова практика ЄС щодо відповідальності маркетплейсів. Наприклад, в одній із справ C-536/20 постало питання чи може компанія Tiketa, яка займалась всього лиш онлайн-розповсюдженням квитків на своєму сайті на подію, організовану третьою особою Baltic Music, бути відповідальною у разі скасування цієї події за умови, що Tiketa забезпечила споживачів інформацією про контактні дані організатора події та вказала, що усю відповідальність несе Baltic Music за «подію, її якість та зміст, а також за будь-яку інформацію щодо події» (п. 14-16) [79]. Суд ЄС відповів ствердно, зазначаючи, що Tiketa слід розглядати як продавця, адже «фізична або юридична особа, яка діє як посередник, від імені або за дорученням основного продавця, є продавцем» (п. 36) незалежно від того, що вона «повідомила споживача, що діє у цій якості» (п. 34), тобто у якості посередника [79]. Відтак основний продавець та продавець-посередник повинні діяти відповідно до Директиви 2011/83/ЄС (п. 35) [79].

Отже, покладення відповідальності на маркетплейси за шкоду, завдану дефектною продукцією сторонніх продавців, можливе в залежності від підходу, обраного судом.

### **2.3. Відсутність ефективної національної системи захисту прав споживачів в позасудовому порядку**

На відміну від судового захисту, позасудовий порядок є набагато ефективнішим, адже за своєю суттю передбачає оперативний, безкоштовний чи з мінімальними витратами, та спрощений процес захисту прав споживачів.

В Україні особливості позасудового порядку вирішення спорів, що виникають внаслідок порушення суб'єктами господарювання своїх зобов'язань за дистанційними договорами, не врегульовані. Це свідчить про нерозвиненість національної системи захисту прав споживачів та про її невідповідність умовам та потребам практики.

Водночас іноземний досвід є прогресивнішим. В більшості країн та ЄС вирішення споживчих спорів ґрунтується на розгалуженій системі захисту прав споживачів саме в позасудовому порядку. Це пояснюється тим, що «споживачі повинні бути забезпечені чітким доступом до справедливих, простих у використанні, прозорих та ефективних механізмів вирішення ... спорів своєчасно ... без зайвих витрат або тягаря» (п. 43) [46, с. 16]. З цього приводу у Керівних принципах ООН щодо захисту споживачів зазначено, що рівень захисту в електронній комерції не повинен бути «нижчим, ніж в інших формах комерції» (п. 63) [80, с. 20]. Навпаки рекомендується урядам країн заохочувати їх бізнес вирішувати спори у «швидкий, справедливий, прозорий, недорогий, доступний та неофіційний спосіб», зокрема, шляхом таких «добровільних механізмів як консультаційні послуги та неформальні процедури подання скарг» (п. 38) [80, с. 16].

Тим часом в Україні позасудове врегулювання спорів складається із адміністративного та громадського захисту. Такий умовний поділ передбачений законодавством, де гарантовано право споживачів на захист своїх прав державою, іншими уповноваженими державними органами та громадськими організаціями споживачів (п. 1, 6, 7 ч. 1 ст. 4 Закону № 1023), і визначено перелік суб'єктів, до повноважень яких належить захист прав споживачів (ч. 3 ст. 5 Закону № 1023).

Основними суб'єктами адміністративного захисту є Держпродспоживслужба із її територіальними органами та органи місцевого самоврядування.

Усі повноваження Держпродспоживслужби, які передбачені ч. 1 ст. 26 Закону № 1023, можна згрупувати у такі основні блоки: 1) щодо перевірки якості та безпеки продукції (п. 2, 3, 5, 7); 2) щодо прийняття рішень про припинення: а) суб'єктами господарювання реалізації та виробництва продукції, що не відповідає вимогам безпеки та б) діяльності суб'єктів господарювання, які систематично реалізують товари неналежної якості, порушують правила торгівлі та надання послуг, умови зберігання та транспортування товарів (п. 8);

- 3) щодо перевірки дотримання правильності розрахунків із споживачами (п. 4);
- 4) щодо притягнення до відповідальності суб'єктів господарювання (п. 1, 12, 13).

Зазначені повноваження першочергово розраховані на офлайн діяльність суб'єктів господарювання та не спрямовані на безпосереднє вирішення спорів. Вони демонструють «застарілий підхід до побудови та розвитку системи захисту прав споживачів, коли ... переважають контрольні-наглядові функції держави» [27]. Відтак їх застосування є неадаптованим до суб'єктів господарювання, які здійснюють свою діяльність за допомогою засобів дистанційного зв'язку. Наприклад, неврахована специфіка дистанційних договорів, коли буває складно ідентифікувати суб'єктів господарювання, неврегульована процедура здійснення перевірок таких суб'єктів на дотримання вимог законодавства щодо інформування споживачів про контактні дані продавця, виробника та про продукцію, які становлять основу права на інформацію.

Якщо суб'єкт господарювання діє тільки через інтернет-магазин, не маючи «фізичного» місця здійснення торгівлі, то діяльність Держпродспоживслужби є неефективною взагалі. Адже у неї нема «фінансового, кадрового й технологічного забезпечення, щоб системно моніторити сфери онлайн-торгівлі з метою профілактики і виявлення несумлінної бізнес-практики» [81]. Натомість в Естонії подібний державний орган, яким є Департамент захисту прав споживачів і технічного нагляду, «адмініструє на своєму сайті чорний список недоброчесних суб'єктів е-комерції» шляхом моніторингу інтернет-магазинів, звертається до суду з позовом про припинення несумлінних бізнес-практик, зокрема маркетингових [82]. Аналогічні функції виконує Служба з захисту конкуренції і прав споживачів Фінляндії [83].

Також деякі повноваження Держпродспоживслужби можуть мати декларативний характер. Наприклад, вона уповноважена подавати до суду позови щодо захисту прав споживачів на підставі п. 10 ч. 1 ст. 26 Закону № 1023, де неконкретизовані випадки такого звернення. На практиці ні Держпродспоживслужба, ні її територіальні органи не звертаються до суду від імені споживачів у випадку порушення суб'єктом господарювання умов

дистанційного договору. Навряд чи доречно обтяжувати Держпродспоживслужбу таким зобов'язанням. Навпаки зменшення напрямків її діяльності дозволить їй ефективніше працювати в таких специфічних сферах як контроль за якістю та безпекою продукції. Також Держпродспоживслужба не має права звертатися до суду із позовом про стягнення штрафів за порушення законодавства про захист прав споживачів, адже примусове виконання її рішень про накладення штрафу здійснюється в порядку, встановленому Законом України «Про виконавче провадження» (ч. 3 ст. 23 Закону № 1023).

У Законопроекті № 6134 переглянутий обсяг повноважень Держпродспоживслужби, що впливає на розширення можливостей захисту прав споживачів. Ці нові повноваження Держпродспоживслужби розроблені із врахуванням іноземного досвіду, але є дещо звуженими. Наприклад, в Естонії Департамент захисту прав споживачів і технічного нагляду може виносити припис провайдеру про обмеження доступу до сайту чи блокування доменного імені у випадку порушення будь-яких норм законодавства про захист прав споживачів [82]. Чеська інспекція торгівлі має аналогічні повноваження [55].

Натомість Держпродспоживслужба уповноважена звертатися до провайдера інтернет-послуг лише в одному випадку, а саме щодо обмеження доступу суб'єкта господарювання до сайту, якщо він не забезпечує достовірну інформацію про себе на сайті інтернет-магазину, або щодо відновлення такого доступу, якщо інформація буде надана (п. 5 ч. 2 ст. 31 Законопроекту № 6134). Однак незрозуміло як Держпродспоживслужба може це виконати, якщо у неї відсутні функції та можливості щодо перевірки чи є надана інформація достовірною.

До іншого повноваження Держпродспоживслужби у Законопроекті № 6134 пропонується віднести ведення реєстру декларацій суб'єктів електронної торгівлі (п. 13 ч. 2 ст. 31), які мають подаватися суб'єктами господарювання добровільно із усією необхідною контактною інформацією (ч. 4 ст. 17). З цього приводу відрізняється іноземний досвід, де подібні державні органи у Чехії [55], Естонії [82], Фінляндії [83] ведуть реєстри саме недобросовісних компаній.

Наприклад, у Фінляндії алгоритм перевірки компанії на добросовісність полягає в тому, що Служба з захисту конкуренції і прав споживачів «моніторить відгуки і скарги споживачів, [надані] спеціальному Омбудсмену, [та] судові рішення», на основі яких аналізує систематичність порушення прав [83].

Також пропонується наділити Держпродспоживслужбу такими додатковими повноваженнями: 1) інформування споживачів про суб'єктів господарювання, які порушують права споживачів; 2) ведення реєстру рішень органів позасудового розв'язання спорів (п.п. 7 та 14 ч. 2 ст. 31 Законопроекту № 6134). Проте процедура реалізації цих повноважень є невизначеною. Наприклад, щодо другого повноваження, то взагалі недоцільно надавати його Держпродспоживслужбі, адже кожний орган позасудового розв'язання спорів може самостійно вести реєстр своїх рішень, що є нормальною практикою.

Неефективність захисту прав споживачів у разі укладення дистанційних договорів також підтверджується аналізом показників діяльності територіальних органів Держпродспоживслужби за 2019-2021 роки,<sup>12</sup> адже здебільшого скарги споживачів у кожній області залишаються незадоволеними. Як зазначають більшість із цих органів, то основними перешкодами реалізації їх функцій щодо захисту споживачів є відсутність даних про суб'єкта господарювання, достатніх для його ідентифікації, та розрахункових документів, які підтверджують укладення споживачами дистанційних договорів. Водночас будь-які повноваження територіальних органів Держпродспоживслужби, спрямовані на ідентифікацію суб'єктів господарювання, не врегульовані законодавчо та технічно, що дозволяє відповідним органам не вживати жодних дій з метою з'ясування реальних контактних даних порушників. Натомість у таких випадках зазначені органи обмежуються наданням роз'яснень щодо законодавства у сфері захисту прав споживачів. Формально такі дії не є порушенням норм чинного законодавства України, проте і не сприяють реальному захисту прав споживачів.

---

<sup>12</sup> Див. Додаток 2.

Як вбачається із відповідей територіальних органів Держпродспоживслужби,<sup>13</sup> з-поміж усіх наданих їм повноважень вони здійснюють лише позапланові заходи державного нагляду (контролю), які в кращому випадку закінчуються виданням приписів про припинення порушень прав споживачів та/або постанов про накладення штрафів, зазначених у ст. 23 Закону № 1023. Водночас за невиконання або несвоєчасне виконання цих приписів зазначені органи можуть накладати штраф у розмірі двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (п. 9 ч. 1 ст. 23 Закону № 1023).

Однак проблемним моментом є тривалий процес розгляду скарг споживачів, який можна пояснити ускладненою процедурою реалізації позапланових заходів, адже територіальні органи Держпродспоживслужби повинні отримати погодження на проведення таких заходів від центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного нагляду (контролю) (абз. 5 ч. 1 ст. 6 [84]), яким відповідно є Держпродспоживслужба (п. 1) [16].

Єдиним позитивним аспектом діяльності Держпродспоживслужби є її спроби перевести свою діяльність щодо розгляду скарг споживачів в онлайн. Як зазначає голова Держпродспоживслужби В. Магалецька, «діджиталізація є одним з ключових напрямків реформування Держпродспоживслужби» [85]. У зв'язку з цим у березні 2021 року Держпродспоживслужба повідомила про запуск чат-боту в Telegram, за допомогою якого споживачі можуть подати звернення щодо порушення їх прав, прикріпивши докази [85]. Також перебуває в процесі розробки проект е-Споживач на порталі «Дія», де функціонал має бути подібним до нинішнього чат-боту, за винятком додаткових можливостей «відслідковування шляху проходження скарги, контрол[ю] за термінами її опрацювання, ... виставлення оцінки» за результатами розгляду скарги [86].

Щодо органів місцевого самоврядування, то вони уповноважені, зокрема, розглядати звернення споживачів, консультувати їх щодо захисту прав

---

<sup>13</sup> Там само.

споживачів та подавати до суду позови на підставі п. 1 та 6 ч. 1 ст. 28 Закону № 1023. Хоча на практиці важко спостерігати залучення органів місцевого самоврядування до захисту прав споживачів. Попри це, у Законопроекті № 6134 (п. 3 ч. 1 ст. 33) вони не виключені із переліку суб'єктів захисту прав споживачів, а навпаки, наділені додатковими повноваженнями щодо розвитку споживчої освіти шляхом здійснення освітніх заходів про права споживачів та механізми їх захисту.

Громадський захист може проявлятися в різноманітних формах діяльності громадських організацій, серед яких найбільш релевантними є: 1) юридична і консультаційна допомога; 2) захист інтересів споживачів в органах виконавчої влади та органах місцевого самоврядування; 3) звернення із колективним позовом; 4) судовий захист прав споживачів, які не є членами об'єднань споживачів; 5) звернення до правоохоронних органів та органів виконавчої влади про притягнення до відповідальності осіб, винних у випуску та реалізації продукції неналежної якості; 6) інформування про права споживачів; 7) проведення експертизи та випробування продукції або ініціювання її проведення перед відповідними органами (ч. 1 ст. 25 Закону №1023).

Законопроектом № 6134 пропонується розширити права громадських організацій споживачів, зокрема надати їм право брати участь у процесі формування та реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів, організувати тренінги з питань захисту прав споживачів (п. 1-2 ч. 2 ст. 35).

Однак громадський захист не є активним в Україні. Це можна пояснити щонайменше двома причинами. По-перше, громадські організації не зобов'язані здійснювати захист, а лише мають відповідні права у сфері захисту прав споживачів, які можуть реалізувати із доброї волі. По-друге, відсутня культура їх фінансування сторонніми особами, що впливає на зацікавленість брати участь в захисті та на фінансові можливості здійснення захисту.

Натомість іноземні громадські організації споживачів є важливою та дієвою ланкою у системі захисту прав споживачів. До сфери їх діяльності належать «інформаційна, просвітня, освітня, дослідницька, аналітична та

наукова діяльність» [87, с. 31], консультації споживачів, їх захист у судах, а також вони можуть брати безпосередню участь у відновленні прав споживачів шляхом позасудового вирішення спорів [87, с. 31-32]. Гарантією їх діяльності є фінансова підтримка держави, наприклад в Естонії [82], Чехії [55], або бізнесу в Австрії [88]. Цікавим є те, що громадські організації можуть також формувати інші органи, які розглядають скарги споживачів. Наприклад, в Естонії так працює комісія зі споживчих спорів, яка хоч і є структурним підрозділом адміністративного органу у сфері захисту прав споживачів, проте діє автономно [82].

У 2017 році КМУ звертав увагу на відсутність доступної та прозорої системи досудового врегулювання споживчих спорів [27]. Цю проблему намагався вирішити Законопроект № 6134, де одним із принципів здійснення захисту прав споживачів передбачено доступність простих та ефективних способів відновлення прав (п. 6 ч. 1 ст. 3). Крім цього, пропонується встановити, що інформація про можливість застосування механізму позасудового розв'язання спорів, обраного суб'єктом господарювання, та про способи звернення до таких органів, є обов'язковою умовою дистанційного договору (п. 18 ч. 1 ст. 16 Законопроекту № 6134).

Ще Законопроектом № 6134 передбачений оновлений підхід до системи захисту прав споживачів, якій присвячений окремий розділ V. Насамперед, на відміну від Закону № 1023, розширений перелік суб'єктів захисту, серед яких новими є органи позасудового розв'язання спорів та саморегулювні організації (п. 5 та 8 ч. 1 ст. 29 Законопроекту № 6134).

У Законопроекті № 6134 не регламентований перелік органів позасудового розв'язання спорів та їх повноваження, адже, як зазначено у ч. 1 ст. 39, їх порядок створення, статус та умови функціонування визначаються окремим законодавством. Недосконалість такого формулювання полягає в тому, що споживач залишається необізнаним про доступні види органів позасудового врегулювання спорів. Натомість ч. 2 ст. 39 Законопроекту чітко обмежено коло справ, які можуть розглядати відповідні органи, а саме справи щодо: 1)

продукції, придбаної на суму не більш ніж 50 000 гривень; 2) порушень порядку гарантійного ремонту або заміни продукції. Такий підхід невиправданий, адже невизначеними є критерії такого обмеження та порушує право споживачів на вибір ефективного та доступного механізму позасудового врегулювання спору.

Найважливіше місце у захисті прав споживачів займає альтернативне вирішення спорів, яке є актуальним та дієвим в іноземних країнах та ЄС. Їх застосування є також можливим онлайн завдяки Online Dispute Resolution (далі – ODR) як платформи онлайн-вирішення споживчих спорів в ЄС, яка була запущена Європейською Комісією у лютому 2016 року [89, с. 13]. Із 1 липня 2017 року ця платформа також запрацювала для споживачів Ісландії, Ліхтенштейну та Норвегії [89, с. 14].

Їх правове регулювання здійснюється на підставі Директиви 2013/11/ЄС про альтернативні способи вирішення споживчих спорів (далі – Директива 2013/11/ЄС) [90] та Регламенту (ЄС) 524/2013 про онлайн-вирішення споживчих спорів (далі – Регламент № 524/2013) [91], прийнятих 21 травня 2013 року.

Відповідно до ст. 1 та ч. 1 ст. 2 Регламенту № 524/2013 ODR платформа має на меті сприяти незалежному, неупередженому, прозорому, ефективному, швидкому та справедливому позасудовому вирішенню спорів, які виникають з дистанційних договорів купівлі-продажу та про надання послуг, укладених між споживачами та продавцями з держав-членів ЄС. Варто розуміти, що ODR платформа не є органом, який вирішує спір та не заміняє види альтернативного вирішення спору. Адже, як вбачається із ч. 2 ст. 5 Регламенту № 524/2013, ODR платформа – це всього лиш інтерактивний веб-сайт, доступ до якого можна отримати у електронному вигляді та безкоштовно, застосовуючи усі офіційні мови установ ЄС.

Важливо зазначити, що інформацію про можливість застосування ODR платформи повинні розповсюджувати продавці та маркетплейси на своїх сайтах шляхом публікації електронного посилання на цю платформу (ч. 1 ст. 14 Регламенту № 524/2013). Якщо ж продавці зобов'язались використовувати альтернативне вирішення спорів, то вони повинні надати таке посилання не лише

на сайті, а й в електронному повідомленні, у якому надіслана оферта, та в загальних умовах та правилах, застосовних до дистанційних договорів, якщо це можливо (ч. 2 ст. 14 Регламенту № 524/2013). Європейською Комісією досліджено, що станом на кінець 2017 року, лише 28% онлайн-продавців виконали свій обов'язок, передбачений ст. 14 Регламенту № 524/2013 [89, с. 16].

Процедура подачі скарги через ODR платформу є доволі простою та зручною для споживачів. По-перше, споживач повинен заповнити електронну скаргу на сайті Європейської Комісії<sup>14</sup> (ч. 1 ст. 8 Регламенту № 524/2013). Далі ODR платформа інформує продавця про скаргу, який пропонує вид альтернативного вирішення спорів, із яким споживач може погодитися або запросити новий [93]. Строк обрання виду альтернативного вирішення спорів не повинен перевищувати 30 календарних днів з дня подачі скарги, недотримання якого має наслідком припинення розгляду скарги (ч. 8 ст. 9 Регламенту № 524/2013). Саме із цієї підстави 89% скарг були закриті у 2020 році [94, с. 4]. Якщо сторони узгодили орган альтернативного вирішення спорів, то ODR платформа автоматично надсилає цю скаргу відповідному органу (ч. 6 ст. 9 Регламенту № 524/2013), який повинен її розглянути протягом 90 календарних днів з дня отримання (ст. 8 (е) Директиви 2013/11/ЄС).

При цьому Директива 2013/11/ЄС не визначає види альтернативного вирішення спорів, а лише передбачає, що таким видом може вважатися орган, який пропонує або нав'язує рішення або об'єднує сторони з метою сприяння мирному вирішенню (ч. 1 ст. 2). Як зазначає Європейська Комісія, в ЄС «не має єдиної термінології для розмежування різних типів процедур альтернативного вирішення спорів», адже їх сутність може по-різному сприйматися в державах-членах ЄС [89, с. 3]. Однак вона виділяє найбільш поширені види в ЄС, серед яких: «ради з розгляду скарг, примирення, медіація, омбудсмен, арбітраж» [89, с. 3].

---

<sup>14</sup> Див. джерело № 92, де надана форма подачі скарги.

Наприклад, в Чехії так званий «споживчий омбудсмен» не є єдиним органом, а складається, зокрема, із громадських організацій, професійних асоціацій, експертних груп [55]. В Австрії діє Інтернет-омбудсмен [88]. А у Фінляндії представники омбудсмена є «в кожній місцевій раді» [83].

Важливо зауважити, що сфера Директиви 2013/11/ЄС не поширюється на прямі переговори між споживачем та продавцем та на внутрішню систему розгляду скаргу, якою керує продавець (ч. 2 (b, e) ст. 2). Загалом Директива 2013/11/ЄС встановлює принципи діяльності інститутів альтернативного вирішення спорів та критерії, яким вони мають відповідати (ст. 5-12). Такими принципами є професійність, незалежність та неупередженість, прозорість, ефективність, справедливість, свобода, законність, зміст яких деталізований у статтях 6-11 зазначеної Директиви.

Створення переліку діючих видів альтернативного вирішення спорів є прерогативою держав-членів ЄС, які повинні надати цей перелік Європейській Комісії, яка публікує його на своєму сайті<sup>15</sup> (ч. 1, 2, 4 ст. 20 Директиви 2013/11/ЄС). Це зроблено з метою, щоб кожний споживач міг швидко знайти потрібний йому національний орган альтернативного вирішення спорів у конкретній країні та описану застосовну ним процедуру.

ODR платформа передбачає також модель вирішення спору шляхом безпосередньої комунікації (англ. “*direct talks*”) із продавцем без застосування альтернативного вирішення спорів [93]. При цьому максимальний строк досягнення згоди теж 90 днів, але сторони можуть відмовитися від даної моделі або замінити її на альтернативне вирішення спорів в будь-який час [93].

Щороку Європейська Комісія готує звіт про ефективність діяльності ODR платформи. Останнім доступним є звіт за 2020 рік, опублікований у грудні 2021 року, у якому основні висновки зводяться до того, що: 1) на відміну від 2019 року, подання скарг зросло на 70%; 2) 6% скарг відхилені продавцями, а 4% –

---

<sup>15</sup> Див. Джерело № 95.

споживачами, та лише 1% надійшов до органів альтернативного вирішення спорів [94, с. 3-4].

Отже, досвід ЄС щодо альтернативного вирішення спорів та ODR платформи є одним із шляхів вирішення проблеми неефективного захисту прав споживачів в позасудовому порядку в Україні.

\*\*\*

Захист прав споживачів є неможливим без наявності контактної інформації про суб'єкта господарювання на сайті інтернет-магазину, достатньої для його ідентифікації. Адже споживач у такому випадку позбавлений можливості здійснити превентивний захист шляхом пошуку публічної інформації про суб'єкта господарювання до укладення дистанційного договору, надіслати йому вимогу-претензію про усунення порушення прав, звернутися до суду, Держпродспоживслужби за захистом.

Наразі будь-яких інструментів ідентифікації суб'єктів господарювання не передбачено на законодавчому рівні. Водночас іноземний досвід та ідеї, запропоновані у Законопроекті № 6134, підтверджують можливість впровадження ефективних способів такої ідентифікації: 1) самостійне надання суб'єктами господарювання контактних даних з метою їх внесення Держпродспоживслужбою до реєстру суб'єктів електронної торгівлі; 2) ведення Держпродспоживслужбою реєстру недобросовісних інтернет-магазинів; 3) заохочення суб'єктів господарювання до розкриття ідентифікуючої інформації шляхом звернення Держпродспоживслужби до провайдера з метою блокування доступу до сайту.

Також невтішною для споживачів є позиція маркетплейсів, які не перевіряють достовірність контактної інформації суб'єктів господарювання та не вимагають публікацію даної інформації як обов'язкову умову реєстрації на їх сайті у якості продавця.

Особливості застосування цивільно-правової відповідальності за порушення умов дистанційного договору не передбачені у законодавстві

України. Єдине, що особлива увага приділяється відповідальності за порушення права на інформацію, яка виражається у відшкодуванні збитків та штрафів. Інші форми цивільно-правової відповідальності є звичайними, тобто застосовними до будь-яких договорів незалежно від засобу їх укладення, серед яких – стягнення законних неустойок, відшкодування моральної шкоди та шкоди, завданої дефектною продукцією.

Основними проблемами застосування цивільно-правової відповідальності, які є універсальними для будь-яких її форм, є складність ідентифікації реального порушника та розмежування відповідальності між маркетплейсами та сторонніми продавцями, якщо останні не можуть бути ідентифіковані чи не виходять на зв'язок із споживачами. На відміну від України, судова практика США та ЄС напрацювала критерії покладення відповідальності на маркетплейси, що сприяє ефективному та високому рівню захисту прав споживачів.

Національна система захисту прав споживачів у позасудовому порядку є неефективною, адже складається лише із адміністративного та громадського захисту, суб'єкти якого наділені повноваженнями, непристосованими до захисту прав споживачів у цифровому середовищі. Натомість в проаналізованих іноземних країнах схожі адміністративні органи мають реальні інструменти захисту прав споживачів у дистанційних договорах, а громадські організації активно долучаються до забезпечення споживчої освіти та безпосереднього вирішення спорів.

На відміну від України, в ЄС особливе місце у захисті прав споживачів займає альтернативне вирішення спорів, яке також можливе онлайн завдяки ODR платформі. Остання зарекомендувала себе як зручний у використанні, доступний, швидкий та затребуваний спосіб онлайн-подачі скарг та їх розгляду інститутами альтернативного вирішення спорів, перелік та назва яких у кожній державі-члені ЄС відрізняються. Також ODR платформа використовується для прямої комунікації споживачів із продавцями з метою врегулювання спору.

## ВИСНОВКИ

Проведене теоретичне та емпіричне дослідження дозволяє сформулювати такі висновки та пропозиції:

1. Захист прав споживачів є складовою інституту захисту цивільних прав та інтересів, а тому їх зміст є майже однаковим, адже захист прав споживачів не включає в себе нічого нового, крім спеціального суб'єкта, тобто споживача із його правами, що породжує наявність спеціальних органів та способів захисту. При цьому захист будь-яких прав передбачає застосування превентивного захисту, який є особливо актуальним при укладенні дистанційних договорів, та цивільно-правової відповідальності.

2. В Україні споживач є менш захищеним у дистанційних договорах, ніж у ЄС. Це пояснюється відсутністю належного правового регулювання, яке майже не відрізняється від традиційних договорів, тобто не враховує ризики та особливості укладення договорів за допомогою засобів дистанційного зв'язку. Єдине, що споживач наділяється додатковими правами, а саме правом на інформацію, правом на доставку товару та правом на безумовне розірвання договору. Хоча їх регламентація є достатньо деталізованою, але не настільки повною як у праві ЄС, що призводить до проблем їх реалізації. Насамперед, положення Директиви 2011/83/ЄС більше пристосовані до потреб споживачів та умов цифрового простору, адже передбачають ширший перелік інформації, яку продавець повинен надати до укладення договору (ст. 6), формальні вимоги до договору, зокрема щодо способу подачі зазначеної інформації, розміщення мінімального обсягу обов'язкової інформації за наявності обмеженого місця у засобі дистанційного зв'язку, способів доставки, оплати та підтвердження укладення договору (ст. 8), право на скасування договору при несвоєчасній доставці товару (ст. 18), а також визначають типову електронну форму скасування договору (ст. 11) та універсальний 14-денний строк повернення сплачених споживачем коштів внаслідок такого скасування (ст. 13).

3. Як показує практика, недотримання прав споживачів у дистанційних договорах є поширеним явищем, а тому їх реалізація та визнання відбуваються лише після захисту у судовому порядку за умови володіння споживачем інформацією про суб'єкта господарювання, достатньою для його ідентифікації, та представлення доказової бази. Більшість способів захисту є однаковими при захисті прав споживачів у дистанційних та традиційних договорах, зокрема, у випадку придбання товарів/послуг неналежної якості. Новими способами захисту, тобто застосовними лише до дистанційних договорів, є право на розірвання договору, стягнення сплачених коштів, визнання права власності на продукцію без зобов'язання її оплати та неустойка за прострочення повернення коштів. Останні два не є популярними.

4. Водночас національна судова практика є неоднозначною та рідко на користь споживача. Найчастіше підставами для відмови у задоволенні позову є: 1) неправильне застосування судами загальних норм замість спеціальних, якими є ст.12-13 Закону № 1023 (зокрема щодо визнання безумовного характеру права на розірвання договору, строку повернення сплачених коштів, стягнення поштових витрат); 2) недоведеність істотного недоліку продукції, причинно-наслідкового зв'язку; 3) безпідставність основної вимоги, від якої залежить задоволення похідних від неї (більшість вимог є похідними від вимоги про розірвання договору). Відтак на споживача покладений тягар доказування порушення його прав, що інколи є непропорційним для нього.

5. Особливостями національного захисту прав споживачів у дистанційних договорах є: 1) складність ідентифікації суб'єкта господарювання через відсутність його контактних даних на сайті інтернет-магазину, моніторингу їх достовірності та законодавчо встановлених способів ідентифікації цих суб'єктів; 2) проблеми застосування відповідальності до суб'єктів господарювання, серед яких відсутність спеціального правового регулювання даного питання, розмежування відповідальності маркетплейсів та їх продавців, малоімовірність стягнення моральної шкоди через складність її доведення, неможливість зміни розміру неустойки в договорі за порушення

строків повернення коштів, неправильний розрахунок періоду її стягнення; 3) неефективність позасудового порядку захисту прав, адже відсутні процедури альтернативного вирішення спорів, наявна технічна неготовність перевести вирішення спорів в онлайн, а громадський та адміністративний захист є недовірливими через застарілість повноважень їх суб'єктів. Усі зазначені проблеми вкотре підтверджують низький рівень захисту прав споживачів в дистанційних договорах в Україні.

6. Участь українських маркетплейсів не є активною у захисті прав споживачів, адже вони не докладають зусиль щодо ідентифікації продавців на їх платформі та не беруть на себе відповідальність за їх дії. Хоча деякі із них, як й іноземні маркетплейси, можуть покривати збитки споживачів замість недобросовісних продавців та розробляти превентивні способи захисту, одним із яких є депонування коштів як гарантія збереження коштів споживача. Але поки лише іноземні маркетплейси залучені до ініціативи моніторингу дефектної продукції та видалення її із переліку на сайті на підставі Product Safety Pledge.

7. Перспективою підвищення рівня захисту прав споживачів є прийняття Законопроекту № 6134, який можна вважати якісним оновленням чинного законодавства про захист прав споживачів, адже він пропонує майже аналогічні до Директиви 2011/83/ЄС положення та враховує розвиток цифрового середовища, а також встановлює принципи захисту прав споживачів, які можуть бути основою для подальшого розвитку правового регулювання в означеній сфері.

8. Крім цього, на основі аналізу корисного для України іноземного досвіду нами запропоновані такі необхідні зміни для посилення захисту прав споживачів, які майже повністю вирішують вищезазначені проблеми:

- запровадження обов'язкового депонування коштів;
- розвиток судовою практикою критеріїв застосування відповідальності до маркетплейсів на підставі досвіду США та ЄС;
- реформування повноважень Держпродспоживслужби, наділивши її обов'язками щодо ведення реєстру недобросовісних суб'єктів господарювання,

перевірки їх онлайн-діяльності на виконання ними інформаційних обов'язків, звернення до маркетплейсів та реєстраторів доменних імен із запитом про отримання персоніфікованої інформації про суб'єкта господарювання;

- створення правової основи для діяльності інститутів альтернативного вирішення спорів та врегулювання спорів онлайн, наприклад, за аналогічною схемою, яка існує в ЄС, де споживачі можуть вирішувати свої спори оперативно та якісно на ODR платформі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Харитонов Є. О. Цивільне право України: підруч. URL: <https://ukrtextbook.com/civilne-pravo-ukra%D1%97ni-xaritonov-ye-o/civilne-pravo-ukra%D1%97ni-xaritonov-ye-o-5-zagalni-polozhennya-pro-zaxist-civilnix-prav-ta-interesiv.html> (дата звернення: 18.01.2022).
2. Дзера І. О., Подколзін І. В. Загальні правові засади захисту цивільних прав та інтересів. Договірне право України. Загальна частина: навч. посіб. за ред. О.В. Дзери. К.: Юрінком Інтер, 2008. Гл. 19 (§ 1). С. 681-686. URL: [https://dut.edu.ua/uploads/1\\_373\\_89665657.pdf](https://dut.edu.ua/uploads/1_373_89665657.pdf) (дата звернення: 18.01.2022).
3. Кот О. О. Здійснення та захист суб'єктивних цивільних прав: проблеми теорії та судової практики: монографія. К.: Алерта, 2017. 494 с. URL: [https://vo.uu.edu.ua/pluginfile.php/520874/mod\\_resource/content/1/kot\\_oo\\_zdiisnenia\\_ta\\_zakhist\\_subiektivnikh\\_tsivilnikh\\_prav.pdf](https://vo.uu.edu.ua/pluginfile.php/520874/mod_resource/content/1/kot_oo_zdiisnenia_ta_zakhist_subiektivnikh_tsivilnikh_prav.pdf) (дата звернення: 25.01.2022).
4. Притика Ю. Д. Поняття і диференціація способів захисту цивільних прав та інтересів. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Юридичні науки. 2004. Вип. 60-62. С. 16-19. URL: [http://visnyk.law.knu.ua/images/pdf/60-62\\_2004.pdf](http://visnyk.law.knu.ua/images/pdf/60-62_2004.pdf) (дата звернення: 20.01.2022).
5. Бондар Н. П. Превентивний захист цивільних прав: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Харків, 2015. 23 с. URL: [https://library.nlu.edu.ua/POLN\\_TEXT/AFTOREF/Bondar\\_2015.pdf](https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/AFTOREF/Bondar_2015.pdf) (дата звернення: 19.01.2022).
6. Ярема А. Г. Система способів захисту цивільних прав судом. Вісник Верховного Суду України. Проблеми удосконалення законодавства. 2009. № 12 (112). С. 34-39. URL: [https://www.viaduk.net/clients/vsu/vsu.nsf/7864c99c46598282c2257b4c0037c014/feb9d3f476b56b42c22580db004a31fb/\\$FILE/Visnyk\\_12\\_2009.pdf](https://www.viaduk.net/clients/vsu/vsu.nsf/7864c99c46598282c2257b4c0037c014/feb9d3f476b56b42c22580db004a31fb/$FILE/Visnyk_12_2009.pdf) (дата звернення: 23.01.2022).

7. Цивільний кодекс України: Закон від 16.01.2003 р. № 435-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. №№ 40-44. Ст. 356. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 17.06.2022).
8. Письменна О. П. Правовідносини, що виникають у зв'язку з порушенням прав споживачів внаслідок недоліків товарів, робіт (послуг): автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Одеса, 2006. 19 с. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/796/Avtoreferat.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 24.01.2022).
9. Пучковська І. Й. Здійснення та захист суб'єктивних цивільних прав. Цивільне право: підруч.: у 2 т. за ред. В. І. Борисової, І. В. Спасибо-Фатєєвої, В. Л. Яроцького. Х.: Право, 2011. Гл. 13 (§ 2; 3). С. 236-243. URL: [https://library.nlu.edu.ua/POLN\\_TEXT/SENMK/CPU\\_1.pdf](https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/SENMK/CPU_1.pdf) (дата звернення: 08.02.2022).
10. Осетинська Г. А. Цивільно-правовий захист прав споживачів за законодавством України: дис. 2006. URL: <https://cutt.ly/DG57kG1>, <https://cutt.ly/SG54HkB> (дата звернення: 20.01.2022).
11. Мацегорін О. І. Поняття та зміст захисту цивільних прав. Часопис Київського університету права. 2011. №. 3. С. 143-147. URL: [http://kul.kiev.ua/images/chasop/2011\\_3/143.pdf](http://kul.kiev.ua/images/chasop/2011_3/143.pdf) (дата звернення: 18.01.2022).
12. Булавина С., Давидова Т. «Захист» та «охорона»: теоретичні аспекти юридичних термінів. Історико-правовий часопис. 2017. № 1. С. 27-31. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipch\\_2017\\_1\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipch_2017_1_6) (дата звернення: 18.01.2022).
13. Кузнецова Н. С. Цивільно-правова відповідальність і захист цивільних прав. Про українське право. Часопис кафедри теорії та історії держави і права Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. / за ред. проф. І. Безклубого. К., 2010. Розд. IV. С. 198-207. URL: [https://law.knu.ua/images/stories/pro\\_ukrainske\\_pravo/Pro\\_Ukrainske\\_pravo\\_5.pdf](https://law.knu.ua/images/stories/pro_ukrainske_pravo/Pro_Ukrainske_pravo_5.pdf) (дата звернення: 17.01.2022).
14. Яновицька Г. Б. Цивільно-правові засоби захисту прав споживачів в Україні: дис. ... док. юрид. наук. Львів, 2021. 439 с. URL:

<https://law.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/03/DYSERTATSIYA-.pdf> (дата звернення: 02.04.2022).

15. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ. Відомості Верховної Ради УРСР. 1991. № 30. Ст. 379. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12/ed20210801#Text> (дата звернення: 17.06.2022).

16. Про затвердження Положення про Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів: постанова Кабінету Міністрів України від 02.09.2015 р. № 667. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/667-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 17.06.2022).

17. Черняк О. Ю. Класифікація прав споживача за законодавством України та Європейського Союзу. Форум права. 2008. № 2. С. 458-464. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP\\_index.htm\\_2008\\_2\\_66](http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index.htm_2008_2_66) (дата звернення: 02.04.2022).

18. Банасевич І. І. Гармонізація приватно-правового законодавства у сфері захисту прав споживачів за дистанційними контрактами. Актуальні проблеми вдосконалення чинного законодавства України: Збірник наукових статей. 2019. Вип. 51. С. 3-14. URL: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/8696/1/2156-Article%20Text-4491-1-10-20200225.pdf> (дата звернення: 02.04.2022).

19. Мілаш В. С. Правові аспекти виникнення та реалізації договірних відносин у мережі Інтернет. Правове регулювання відносин у мережі Інтернет: монографія / за ред. С. В. Глібка, К. В. Єфремової. Харків: Право, 2016. Підрозд. 2.1. Розд. II. С. 52-91. URL: [https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2017/07/Yefremova/2\\_1.pdf](https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2017/07/Yefremova/2_1.pdf) (дата звернення: 03.04.2022).

20. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII. Відомості Верховної Ради (ВВР). 2015. № 45. Ст. 410. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 17.06.2022).

21. Постанова Великої Палати Верховного Суду від 29 вересня 2020 року. Справа № 688/2908/16-ц. URL: <https://opendatabot.ua/court/92137264-93aealef21a1e0d282863add4f5281d7> (дата звернення: 02.04.2022).
22. Блажівська Н. Є. Електронний правочин у цивільному праві України: монографія. К.: Алерта, 2014. 240 с.
23. Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32011L0083> (дата звернення: 17.06.2022).
24. Підтримка Prom.ua. «Вчасно.Каса» - додаток для видачі чеків (пРРО). URL: <https://cutt.ly/vFIeMbV> (дата звернення: 05.04.2022).
25. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. Відомості Верховної Ради України. 2011. № 13-14, № 15-16, № 17. Ст. 112. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#n12247> (дата звернення: 17.06.2022).
26. Селіщев Максим. РРО для інтернет-магазину в 2022 році. Хорошоп. 04.01.2022. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/rro-dlya-internet-magazina-v-2022-godu/> (дата звернення: 21.04.2022).
27. Про схвалення Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів на період до 2020 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 29.03.2017 р. № 217-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/217-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 17.06.2022).
28. Про захист прав споживачів: проект Закону № 6134 від 05.10.2021. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=72932](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=72932) (дата звернення: 17.06.2022).
29. European Commission. Commission notice Guidance on the interpretation and application of Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council on consumer rights (Text with EEA relevance) 2021/C 525/01. 1-85.

URL: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229\(04\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229(04)&from=EN) (дата звернення: 21.05.2022).

30. Департамент кіберполіції Національної поліції України. 11.11.2020. URL: <https://cyberpolice.gov.ua/news/z-pochatku--roku-do-kiberpolicziyi-nadijshlo-ponad--tysyach-zvernen-shhodo-internet-shaxrajstva-6472/> (дата звернення: 13.06.2022).

31. Блог iPay.ua. Правила безпечного онлайн-шопінгу: дослідження iPay.ua. 30.12.2020. URL: <https://blog.ipay.ua/uk/pravila-bezpechnogo-onlajn-shopingu-doslidzhennya-ipay-ua/> (дата звернення: 08.02.2022).

32. Центр підтримки клієнтів OLX. Що таке послуга OLX Доставка? URL: <https://cutt.ly/CH00oz9> (дата звернення: 12.06.2022).

33. Prom.ua. Пром-оплата. URL: <https://prom.ua/ua/sc/prom-oplata> (дата звернення: 12.06.2022).

34. Ebay export. Временное удержание платежей. URL: <https://export.ebay.com/ru/fees-and-payments/payments/payment-holds/> (дата звернення: 12.06.2022).

35. Олег Тітамир. Що заважає українській електронній торгівлі стати цивілізованою. 22.06.2020 URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/06/22/662046/> (дата звернення: 09.02.2022).

36. Постанова Верховного Суду від 16 жовтня 2019 року. Справа № 235/1462/17. URL: <https://zakononline.com.ua/court-decisions/show/85111300> (дата звернення: 14.02.2022).

37. Постанова Верховного Суду від 22 січня 2020 року. Справа № 507/93/18-ц. URL: <https://opendatabot.ua/court/87703101-1a4436ebf6d421ccee49bd3fbc40a3d4> (дата звернення: 21.04.2022).

38. Постанова Верховного Суду від 07 липня 2021 року. Справа № 591/2641/20. URL: <https://opendatabot.ua/court/98267370-f06d71c3b159aa0ee12aa431c47d3347> (дата звернення: 22.04.2022).

39. Постанова Верховного Суду від 23 липня 2018 року. Справа № 127/1010/17. URL: <https://opendatabot.ua/court/75498187-8a82ebc2e987803e5fa3fee516570d15> (дата звернення: 03.05.2022).
40. Постанова Верховного Суду від 28 лютого 2018 року. Справа № 215/46/16-ц. URL: <https://opendatabot.ua/court/72525098-842097ae1a5a8ec5ef7673643491eb85> (дата звернення: 03.05.2022).
41. Постанова Донецького апеляційного суду від 09 січня 2020 року. Справа № 235/1462/17. URL: <https://opendatabot.ua/court/86847675-b5db0b3f888aa7b9ce561a9ab1dff672> (дата звернення: 02.05.2022).
42. Результати опитування респондентів. URL: [https://docs.google.com/forms/d/1\\_kp1OtGnjsarjA\\_-IzwjvZUAWBou5we4ADAReqXC1iw/viewanalytics](https://docs.google.com/forms/d/1_kp1OtGnjsarjA_-IzwjvZUAWBou5we4ADAReqXC1iw/viewanalytics) (дата звернення: 25.03.2022).
43. Ромащенко Д., Томаров І. Як обрати назву для інтернет-магазину. 23.07.2020. URL: <https://vkp.ua/publication/yak-obrati-nazvu-dlya-internet-magazinu> (дата звернення: 08.04.2022).
44. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань: Закон України від 15.05.2003 р. № 755-IV. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2003. № 31-32. Ст. 263. URL: [zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text) (дата звернення: 17.06.2022).
45. Перевірка IBAN. URL: <https://www.iban.com.ua/iban-checker> (дата звернення: 05.04.2022).
46. OECD. Consumer Protection in E-commerce: OECD Recommendation. 2016. 1-24. URL: <https://www.oecd.org/sti/consumer/ECommerce-Recommendation-2016.pdf> (дата звернення: 13.04.2022).
47. Підтримка Prom.ua. Реєстраційні документи. URL: <https://cutt.ly/MFcqJ4k> (дата звернення: 12.06.2022).
48. Prom.ua. Угода користувача. URL: <https://prom.ua/ua/terms-of-use> (дата звернення: 12.06.2022).

49. Rozetka Маркетплейс. Довідковий центр продавця. Як розпочати продаж. 27.04.2022. URL: <https://sellerhelp.rozetka.com.ua/ua/p277-start-selling.html> (дата звернення: 12.06.2022).
50. Rozetka Маркетплейс. Довідковий центр продавця. Які документи потрібні ФОП/юридичній особі. 14.02.2022. URL: <https://sellerhelp.rozetka.com.ua/ua/p267-required-documents.html> (дата звернення: 12.06.2022).
51. Rozetka Маркетплейс. Довідковий центр продавця. Назва магазину. 02.05.2022. URL: <https://sellerhelp.rozetka.com.ua/ua/p271-marketname-and-logo.html> (дата звернення: 12.06.2022).
52. Rozetka Маркетплейс. Правила та умови. URL: <https://seller.rozetka.com.ua/rules> (дата звернення: 12.06.2022).
53. Міністерство економіки України. Мінекономіки ініціює регулювання інтернет-комерції для захисту прав споживачів. Урядовий портал. 08.09.2021. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/minekonomiki-iniciyuye-regulyuvannya-internet-komerciyi-dlya-zahistu-prav-spozhyvachiv> (дата звернення: 10.02.2022).
54. Тітамир О. Оновлений урядовий законопроект «Про захист прав споживачів»: які переваги й ризики? УКРІНФОРМ. 02.11.2021. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3343037-onovlenij-uradovij-zakonoproekt-pro-zahist-prav-spozivaciv-aki-perevagi-j-riziki.html> (дата звернення: 15.02.2022).
55. Тітамир О. Клієнт завжди прав? або Навіщо створювати реєстри несумлінного бізнесу? Як захищають права споживачів у Чехії і чому може повчитися Україна? Mind. 02.12.2021. URL: <https://mind.ua/openmind/20233753-klient-zavzhdi-prav-abo-navishcho-stvoryuvati-reestri-nesumlinnogo-biznesu> (дата звернення: 23.02.2022).
56. WHOIS: Пошук Даних про Домен. URL: <https://www.hostinger.com.ua/whois> (дата звернення: 16.04.2022).

57. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23.12.1993 р. № 3792-XII. Відомості Верховної Ради України. 1994. № 13. Ст. 64. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text> (дата звернення: 17.06.2022).

58. Баранова Л.М. Сиротенко С. Є. Види та форми цивільно-правової відповідальності. Цивільне право: підруч.: у 2 т. за ред. В. І. Борисової, І. В. Спасибо-Фатєєвої, В. Л. Яроцького. Х.: Право, 2011. Гл. 14 (§ 2). С. 250-254. URL: [https://library.nlu.edu.ua/POLN\\_TEXT/SENMK/CPU\\_1.pdf](https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/SENMK/CPU_1.pdf) (дата звернення: 10.04.2022).

59. Про затвердження Порядку накладення стягнень за порушення законодавства про захист прав споживачів: постанова Кабінету Міністрів України від 17.08.2002 р. № 1177. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1177-2002-%D0%BF#Text> (дата звернення: 17.06.2022).

60. Рішення Окружного адміністративного суду міста Києва від 14 вересня 2021 року. Справа № 640/15867/20. URL: <https://opendatabot.ua/court/99583602-d5013177350b0aa3b2416d689454cd27> (дата звернення: 22.04.2022).

61. Постанова Волинського апеляційного суду від 04 березня 2019 року. Справа № 159/2882/18. URL: <https://opendatabot.ua/court/80424562-087c08bcbaafd13f36abf6aed310739f> (дата звернення: 13.02.2022).

62. Постанова Верховного Суду від 20 січня 2021 року . Справа № 159/2882/18. URL: <https://opendatabot.ua/court/94328427-785f72eb44e934467dd167b48adfc2b0> (дата звернення: 14.02.2022).

63. Про відповідальність за шкоду, завдану внаслідок дефекту в продукції: Закон України від 19.05.2011 р. № 3390-VI. Відомості Верховної Ради України. 2011. № 47. Ст. 531. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3390-17#Text> (дата звернення: 17.06.2022).

64. Про наближення законів, постанов та адміністративних положень держав-членів щодо відповідальності за неякісну продукцію: Директива Ради 85/374/ЄЕС від 25.07.1985 р. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_348#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_348#Text) (дата звернення: 17.06.2022).

65. Colin Loveday and Sheena McKie, The Product Regulation and Liability Review: Australia, 25 March 2022. URL: <https://thelawreviews.co.uk/title/the-product-regulation-and-liability-review/australia> (дата звернення: 26.04.2022).
66. Neil Beresford and Natasha Lioubimova, The Product Regulation and Liability Review: United Kingdom - England & Wales, 25 March 2022. URL: <https://thelawreviews.co.uk/title/the-product-regulation-and-liability-review/united-kingdom-england-wales> (дата звернення: 26.04.2022).
67. Eva Spiegel and Katrin Antl, The Product Regulation and Liability Review: Austria, 25 March 2022. URL: <https://thelawreviews.co.uk/title/the-product-regulation-and-liability-review/austria> (дата звернення: 26.04.2022).
68. CJEU, *Boston Scientific Medizintechnik GmbH v AOK Sachsen-Anhalt — Die Gesundheitskasse (C-503/13), Betriebskrankenkasse RWE (C-504/13)*, Judgement of 05 March 2015. ECLI:EU:C:2015:148. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:62013CJ0503> (дата звернення: 30.04.2022).
69. Christophe Hénin, Marine Zoroddu, Robin Boureau, The Product Regulation and Liability Review: France, 25 March 2022. URL: <https://thelawreviews.co.uk/title/the-product-regulation-and-liability-review/france#footnote-061> (дата звернення: 28.04.2022).
70. Chilton Davis Varner, Madison Kitchens and Franklin Sacha, The Product Regulation and Liability Review: USA, 25 March 2022. URL: <https://thelawreviews.co.uk/title/the-product-regulation-and-liability-review/usa> (дата звернення: 29.04.2022).
71. Постанова Київського апеляційного суду від 29 листопада 2021 року. Справа № 754/6852/20. URL: <https://opendatabot.ua/court/101453767-0a2c4ebe6a50303a146bb1156dc65b4b> (дата звернення: 05.05.2022).
72. Prom.ua. Програма захисту покупців. URL: [https://prom.ua/ua/safe\\_shopping](https://prom.ua/ua/safe_shopping) (дата звернення: 13.06.2022).
73. Customer Service. eBay Money Back Guarantee policy. URL: <https://www.ebay.com/help/policies/ebay-money-back-guarantee-policy/ebay-money-back-guarantee-policy?id=4210> (дата звернення: 13.06.2022).

74. Product Safety Pledge. 2 March 2021. 1-5. URL: [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/voluntary\\_commitment\\_document\\_2021\\_v5.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/voluntary_commitment_document_2021_v5.pdf) (дата звернення: 02.05.2022).
75. European Commission. 6th Progress Report on the implementation of the Product Safety Pledge. 22 April 2022. 1-3. URL: [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/6th\\_progress\\_report\\_product\\_safety\\_pledge.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/6th_progress_report_product_safety_pledge.pdf) (дата звернення: 03.05.2022).
76. Daisy Khambatta, Karishma Paroha, Holly Waldren, Product liability risks for online marketplaces – an international comparison of litigation profiles, Kennedys (2021). URL: <https://kennedyslaw.com/thought-leadership/article/product-liability-risks-for-online-marketplaces-an-international-comparison-of-litigation-profiles/> (дата звернення: 06.05.2022).
77. Angela Bolger v. Amazon.com, Inc. (2020), 4<sup>th</sup> Appellate District of State of California. 1-47. URL: <https://www.courts.ca.gov/opinions/archive/D075738.PDF> (дата звернення: 02.05.2022).
78. Kenneth A. Jacobsen, Navigating [The] Amazon: Liability of E-Commerce Companies for Defective Products Sold Through Their Internet Websites, 71 DePaul L. Rev. 87 (2022). 86-113. URL: <https://via.library.depaul.edu/law-review/vol71/iss1/4> (дата звернення: 07.05.2022).
79. CJEU, *UAB «Tiketa» v M. Š.* (C-536/20), Judgement of 24 February 2022. ECLI:EU:C:2022:112. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:62020CJ0536> (дата звернення: 27.04.2022).
80. UNCTAD, United Nations Guidelines for Consumer Protection, 2016. 1-35. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_en.pdf) (дата звернення: 08.05.2022).
81. Тітамир О. Боротьба з шахрайством в онлайн-торгівлі. Як у ЄС запобігають несумлінній е-комерції. 19.05.2021. URL: <https://zn.ua/ukr/economic-security/borotba-z-shakhrajstvom-v-onlajn-torhivli.html> (дата звернення: 09.05.2022).

82. Тітамир О. Хто на захисті: як працює система захисту прав споживачів в Естонії. Mind. 27.08.2021. URL: <https://mind.ua/openmind/20230215-hto-na-zahisti-yak-pracyue-sistema-zahistu-prav-spozhyvachiv-v-estoniyi> (дата звернення: 09.05.2022).

83. Тітамир О. Як у Фінляндії вибудована система захисту споживачів і чому варто повчитися Україні? 30.04.2021. URL: <https://cutt.ly/AHdjXtk> (дата звернення: 09.05.2022).

84. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності: Закон України від 05.04.2007 р. № 877-V. Відомості Верховної Ради України. 2007. № 29. Ст. 389. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/877-16#n186> (дата звернення: 17.06.2022).

85. Держпродспоживслужба. Захистити свої споживацькі права тепер можна за допомогою чат-боту. 25.03.2021. URL: <https://dpss.gov.ua/news/zahistiti-svoyi-spozhyvacki-prava-teper-mozhna-za-dopomogoyu-chat-botu> (дата звернення: 12.05.2022).

86. Проєкти цифрової трансформації. Підпроєкт цифрова трансформація захисту споживачів (e-Споживач). URL: <https://plan2.diia.gov.ua/projects> (дата звернення: 13.05.2022).

87. Притульська Н., Лига А. Система захисту прав споживачів: досвід ЄС. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2018. № 3. С. 22-37. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu\\_2018\\_3\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2018_3_3) (дата звернення: 14.05.2022).

88. Тітамир О. Підтримати своїх: як діє система захисту споживачів в Австрії. Mind. 24.09.2021. URL: <https://mind.ua/openmind/20231098-pidtrimati-svoyih-yak-die-sistema-zahistu-spozhyvachiv-v-avstriyi> (дата звернення: 11.05.2022).

89. European Commission. Implementation Report on the European Framework for Alternative Dispute Resolution (ADR) and Online Dispute Resolution (ODR). 25 September 2019. 1-24. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal->

[content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019DC0425&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019DC0425&from=EN) (дата звернення: 14.05.2022).

90. Directive 2013/11/EU of the European Parliament and of the Council of 21 May 2013 on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32013L0011> (дата звернення: 17.06.2022).

91. Regulation (EU) No 524/2013 of the European Parliament and of the Council of 21 May 2013 on online dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Regulation on consumer ODR). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32013R0524> (дата звернення: 17.06.2022).

92. European Commission. Online Dispute Resolution Complaint. URL: <https://cutt.ly/MKtgtx5> (дата звернення: 14.05.2022).

93. European Commission. Online Dispute Resolution. URL: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.home.howitworks> (дата звернення: 12.05.2022).

94. European Commission. 4th Report on the Functioning of the Online Dispute Resolution platform. 20 December 2021. 1-4. URL: <https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/2021-report-final.pdf> (дата звернення: 14.05.2022).

95. European Commission. Dispute resolution bodies. URL: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.adr.show2> (дата звернення: 12.05.2022).

96. Зведені відповіді територіальних органів Держпродспоживслужби щодо їх діяльності у сфері захисту прав споживачів у разі укладення дистанційних договорів за 2019-2021 роки. URL: <https://drive.google.com/file/d/1V8BBNeN0MBvz4OeTMt79Q5zSjYVr6zhe/view?usp=sharing> (дата звернення: 15.05.2022).

ДОДАТКИ<sup>16</sup>

## Додаток 1

**Судова практика щодо способів захисту прав споживачів  
у дистанційних договорах**

№	Назва судового рішення	Обставини справи	Позовні вимоги	Аргументація суду
1.	Постанова Верховного Суду від 16.10.2019 у справі № 235/1462/17	<p>Позивач в інтернет-магазині «АЛЛО» замовив мобільний телефон, який мав наліпку на зворотному боці, що не відповідало фотографії та характеристиками на сайті. Тому Позивач вважає, що його ввели в оману.</p> <p>Позивач надіслав лист-заяву про розірвання договору, де зазначив адресу за якою продавець може забрати товар.</p> <p>Відповідач наполягав, щоб Позивач самостійно повернув товар поштою за рахунок Відповідача.</p> <p>Відповідач товар не забрав протягом 60 днів та не повернув сплачені кошти.</p>	<p>про визнання права власності на телефон без виникнення зобов'язання з оплати його вартості, про стягнення подвійної вартості товару на підставі ст. 230 ЦК України, неустойки за кожний день затримки повернення коштів, та моральної шкоди</p>	<p>Суд першої інстанції відмовив у позові, адже першочергово «в покупця виникає право на обмін товару і лише за відсутності аналогічного товару у продажу - право розірвати договір».</p> <p>Суд апеляційної інстанції також відмовив у задоволенні позову, але з інших підстав:</p> <p>в Угоді користувача передбачено право на розірвання договору лише «до моменту підписання документів, які підтверджують отримання товару», а в ч. 4 ст. 13 Закону № 1023 «відсутня заборона на відступлення від положень щодо строку повідомлення продавця про розірвання договору».</p> <p>Тобто договір не є розірваним, тому відсутні підстави для задоволення всіх інших вимог.</p> <p>Відшкодування моральної шкоди можливе лише «у тих випадках, якщо шкода завдана майну споживача або завдана каліцтвом, іншим</p>

<sup>16</sup> Підготовлені під час дослідження практичного аспекту теми магістерської роботи в межах «Практики переддипломної».

				<p>ушкодженням здоров'я або смертю».</p> <p>ВС, скасовуючи рішення суду апеляційної інстанції, зазначив: «будь-які умови договору, що обмежують права покупця - фізичної особи порівняно з правами, встановленими, зокрема Законом № 1023, є нікчемними. Зазначене стосується і обмеження права споживача на розірвання укладеного на відстані договору.</p> <p>... суд апеляційної інстанції не звернув уваги на те, що пункт 1.9 Угоди користувача 2016 дає право покупцю відмовитися від прийняття відповідного товару та вимагати повернення сплаченої за нього вартості, тобто регулює відносини сторін до моменту отримання покупцем товару», а ч. 4 ст. 13 Закону № 1023 «надає право покупцю розірвати договір протягом 14 днів з моменту отримання товару».</p>
2.	<p>Постанова Верховного Суду від 08.05.2018 у справі № 686/8534/17</p>	<p>У квітні 2015 року Позивач купив блендер, який почав працювати неналежним чином у березні 2017 року.</p> <p>Позивач подав заяву про розірвання договору і повернення сплачених коштів та повернув товар.</p> <p>Натомість Відповідач запропонував передати товар до сервісного центру для діагностики, а у разі необхідності для</p>	<p>про розірвання договору, повернення сплачених коштів та відшкодування моральної шкоди</p>	<p>Суд першої інстанції задовільнив позов, адже істотний недолік товару позбавляє «можливості використовувати прилад за призначенням», а продавець не вжив «дій, що є його обов'язком, по встановленню причин не виконання блендером основної функції».</p> <p>Апеляційний суд підтримав це рішення, адже «відповідач, на якого покладался тягар доказування відсутності істотного недоліку товару, не довів належну якість товару ... [та] інших обставин, які звільняли б його від</p>

		ремонту. Проте Позивач відмовився.		відповідальності», та не заявляв клопотання про призначення судової експертизи товару.  ВС, скасовуючи рішення суду апеляційної інстанції, вказав:  апеляційним судом «не враховано, що саме споживач повинен підтвердити дефект продукції й дати згоду на проведення експертизи ... [та] що у ТОВ «Комфі Трейд» відсутнє право на передачу у сертифікований сервісний центр чи на експертизу спірного товару для перевірки обставин щодо існування істотного недоліку без письмової згоди позивачки».
3.	Постанова Верховного Суду від 22.01.2020 у справі № 507/93/18-ц	<p>Позивач купив пральну машину в Інтернет-магазині Комфі.</p> <p>У гарантійному талоні відсутні дата продажу, найменування, прізвище, підпис, печатка продавця.</p> <p>Позивач звернувся із заявою про розірвання договору, адже пральна машина не нагрівала воду. Відповіді не отримав.</p> <p>Позивач вважає, що саме Відповідач зобов'язаний провести експертизу для встановлення недоліку, а тому відмовився самостійно здати товар у ремонт чи на діагностику.</p>	про розірвання договору, повернення коштів, відшкодування майнової та моральної шкоди	<p>Суд першої інстанції відмовив у задоволенні позову, адже позивач відмовився від експертизи для виявлення істотного недоліку із вини виробника, а «вимога позивача про відшкодування матеріальної та моральної шкоди є похідною від вимоги про розірвання договору».</p> <p>Суд апеляційної інстанції частково скасував рішення першої інстанції, визнаючи обґрунтованими вимоги про розірвання договору, повернення коштів та відшкодування майнової шкоди, адже «покупець не отримав очікуване при його укладенні».</p> <p>ВС, скасовуючи рішення судів обох інстанцій, зазначив: <b>«Обов'язок організації проведення експертизи продукції покладено на</b></p>

				<p>продавця. Проте вказані дії продавцем мають бути вчинені за згодою покупця та при його зверненні з приводу втрати якості продукції. Саме на споживача покладається обов'язок довести, що протягом гарантійного строку виявлено недолік товару, а тягар встановлення причин виникнення недоліку товару покладений на продавця.</p> <p>... тягар доказування обставин, які звільняють від відповідальності за невиконання чи неналежне виконання зобов'язання лежить на продавцеві».</p> <p>Вина виконавця «презюмується ... [поки ним не] буде доведено, що недоліки ... виникли з вини самого споживача чи внаслідок дії непереборної сили.</p> <p>Обов'язок продавця організувати експертизу, який передбачений на досудовій стадії розв'язання спору, не припиняється при зверненні споживача за судовим захистом».</p>
4.	Постанова Верховного Суду від 20.01.2021 у справі № 159/2882/18	Позивач в інтернет-магазині Фокстрот по телефону замовив клавіатуру, яка при отриманні виявилася несправною. Позивач відразу повідомив про брак.	про стягнення майнової та моральної шкоди	Суд першої інстанції задовільнив позов лише в частині стягнення сплачених коштів та поштових витрат, адже дефект продукції доведено, на відміну від завдання моральної шкоди здоров'ю.
		За наслідками перевірки несправний товар вилучено сервісним центром та		Апеляційний суд змінив дане рішення лише в частині задоволення вимоги про стягнення моральної шкоди, адже «встановлення та

		<p>надано Позивачу акт списання.</p> <p>Позивачу на електронну адресу були надіслані умови для повернення коштів: надати заяву на повернення коштів та товару, накладну про його отримання, гарантійний талон, фото клавіатури.</p> <p>Проте вказані умови він не мав можливості виконати.</p>		<p>доведення факту порушення відповідачем прав споживача на отримання якісного товару є достатньою та обґрунтованою підставою для відшкодування моральної шкоди». Відмовлено у стягненні майнової шкоди, оскільки не доведений причинний зв'язок між неякісним товаром та здоров'ям позивача.</p> <p>ВС підтримав рішення апеляційного суду, зазначаючи:</p> <p>«виходячи з положень статей 16 і 23 ЦК України та змісту права на відшкодування моральної шкоди в цілому як способу захисту суб'єктивного цивільного права, компенсація моральної шкоди повинна відбуватися у будь-якому випадку її спричинення - право на відшкодування моральної (немайнової) шкоди виникає внаслідок порушення права особи незалежно від наявності спеціальних норм цивільного законодавства».</p> <p>Також моральна шкода може бути компенсована навіть, якщо це не передбачено договором, на підставі ст. 4 та 22 Закону № 1023.</p>
5.	<p>Постанова Верховного Суду від 07.07.2021 у справі № 591/2641/20</p>	<p>Позивач замовив на сайті Comfy кавоварку з передплатою.</p> <p>Розуміючи, що корозія не могла утворитися за два дні, а протікання води по електроприладу може спричинити небезпечні наслідки, Позивач по телефону повідомив про дефект</p>	<p>про стягнення сплачених коштів та відшкодування моральної шкоди</p>	<p>Суд першої інстанції задовільнив позов, адже право на розірвання дистанційного договору «є безумовним, не пов'язується з жодною подією чи умовою та гарантується» Законом № 1023, а договір є розірваним «з дня отримання продавцем заяви про розірвання договору». Відтак відпала потреба набуття коштів</p>

		<p>і попросив замінити неякісний товар або повернути кошти.</p> <p>Йому порекомендували звернутися до сервісного центру для ремонту.</p> <p>Натомість він надіслав на адресу Відповідача заяву про розірвання договору у зв'язку із наявністю недоліку та про повернення коштів.</p> <p>Однак відповідач залишив вимоги без задоволення, оскільки товар не зберіг свого початкового стану.</p>	<p>Відповідачем на підставі ст. 1212 ЦК України.</p> <p>Апеляційний суд скасував рішення суду першої інстанції:</p> <p>адже товар був у використанні, а Позивач мав право відмовитися від товару після його огляду у службі доставки. Також Позивачем не доведено наявність істотного недоліку, оскільки він не звертався до сервісного центру для отримання акту несправності.</p> <p>«За відсутності підстав для задоволення позовної вимоги про стягнення з відповідача сплачених за товар коштів не підлягає задоволенню й вимога про відшкодування моральної шкоди».</p> <p>ВС підтримав позицію апеляційного суду, постановляючи:</p> <p>«Для реалізації права на розірвання договору, укладеного на відстані, споживач повинен зберігати одержану продукцію у незміненому стані.</p> <p>... у випадку існування гарантії щодо якості товару обов'язок доведення обставин, що звільняють продавця від <b>відповідальності, покладається на нього</b>».</p> <p>Наслідки, які передбачені ч. 2 ст. 678 ЦК України та ч. 1 ст. 8 Закону № 1023, «настають у випадку, коли недоліки товару мали місце на час його передання покупцеві, але не були і не могли бути виявлені</p>
--	--	--	---

			<p>останнім у момент передання. Тобто вказані недоліки стосуються експлуатаційних (споживчих) властивостей товару і не пов'язані з його механічним пошкодженням, які можна виявити шляхом візуального огляду.</p> <p>Встановлений ч. 2 ст. 679 ЦК України обов'язок продавця довести факт виникнення недоліків товару після його передання покупцеві (якщо продавцем надані гарантії щодо якості товару) покладається на нього у випадку, коли такі недоліки не є очевидними, оскільки в такому випадку покупець має можливість виявити ці недоліки і відмовитися від укладення договору або укласти його на інших умовах. Якщо ж покупець, маючи реальну можливість оглянути товар і виявити у ньому очевидні дефекти, не скористався цим правом до передання йому товару, а виявив їх після такого передання, то тягар доведення відповідно до ч. 1 ст. 679 ЦК України покладається на нього.</p> <p>Апеляційний суд правильно виходив з того, що Товариство письмово пропонувало позивачу передати товар до авторизованого сервісного центру для проведення його діагностики, а в разі необхідності - гарантійного ремонту, однак ... Позивач не погодився на проведення такої діагностики, чим унеможливив з'ясування питання про те, чи є в наявності та чи можна</p>
--	--	--	--

				реально усунути вказаний ним недолік, в який строк і чи буде проявлятися цей недолік знову після його усунення, тобто з'ясувати, чи має товар недолік, а якщо має - то чи є такий недолік істотним, що надало б відповідачу достатні правові підстави для задоволення заяви позивача про повернення сплачених за товар грошових коштів».
6.	Постанова Київського апеляційного суду від 19.03.2019 у справі № 754/14570/17	<p>11.07.2014 Позивач купив фотоапарат в інтернет-магазині ТзОВ «Алло» із гарантією 24 міс.</p> <p>У вересні 2014 фотоапарат зламався та безоплатно був відремонтований. При повторному зверненні з вимогою про ремонт, Відповідач пояснив, що фотоапарат ремонту не підлягає, а потребує заміни.</p> <p>Позивач неодноразово звертався із заявами про заміну фотоапарату, що не було зроблено.</p> <p>Хоча Відповідачем підтверджено, що за результатами діагностики недолік виявлено, проте він не може бути відремонтований через відсутність комплектуючих.</p>	про зобов'язання замінити товар неналежної якості, стягнення неустойки, відшкодування майнової та моральної шкоди	<p>Суд першої інстанції задовольнив позов лише в частині зобов'язання надати фотоапарат належної якості замість несправного та сплатити витрати на його вимушену оренду. Щодо неустойки, то він зазначив, «що вимога про заміну товару з недоліками, на відміну від вимоги про усунення недоліків, не має наслідком стягнення неустойки».</p> <p>Апеляційний суд підтримав дане рішення, вказавши:</p> <p>«За наявності товару вимога споживача про його заміну підлягає негайному задоволенню, а в разі виникнення потреби в перевірці якості - протягом чотирнадцяти днів або за домовленістю сторін. У разі відсутності товару вимога споживача про його заміну підлягає задоволенню у двомісячний строк з моменту подання відповідної заяви. Якщо задовольнити вимогу споживача про заміну товару в установленій строк неможливо, споживач вправі на свій вибір пред'явити продавцю, виробнику (підприємству, що виконує їх функції) інші вимоги,</p>

				передбачені пунктами 1,3,4,5 частини першої цієї статті».
7.	Рішення Зарічного районного суду м. Суми від 16.01.2021 у справі № 591/1828/20	Позивач замовив двигун в Інтернет-магазині. При його огляді на СТО в присутності свідків виявлено недоліки, а саме: два розбиті рокери, що вивалилися з двигуна, відсутній термостат та порізаний ремінь ГРМ, що свідчить про неробочий стан двигуна.	про розірвання договору, стягнення коштів та моральної шкоди	Задоволено частково.  «Згідно правової позиції Верховного Суду, висловленої у постанові від 1 липня 2020 року у справі №751/7891/17, тягар доказування причин недоліку товару покладений на продавця, покупець повинен лише вказати про поломку».  Відповідачем не підтверджено, «що товар був відправлений в належному стані та належної якості, а недоліки виникли вже після отримання двигуна чи в процесі його транспортування».  Позивачем не доведено «факту завдання моральних чи фізичних страждань або втрат немайнового характеру діями чи бездіяльністю відповідача, не встановлено причинного зв'язку між шкодою і протиправним діянням».
8.	Рішення Фрунзенського районного суду м. Харкова від 26.03.2021 у справі № 645/249/21	Позивач через сайт aushan.zakaz.ua зробив замовлення на загальну суму 2874,34 грн. з вартістю пакування і доставки 223,00 грн.  Як зазначає позивач, часу на перевірку доставленого товару в неї фактично не було, оскільки кур'єр передав товар та одразу пішов.	про розірвання договору, стягнення коштів	Задоволено повністю.  «Згідно умов договору, укладеного між кур'єром та ФОП, у разі успішної доставки товару до пункту призначення, кур'єр повинен надати один примірник розрахункового документу замовнику - ФОП. У разі виникнення конфлікту або питань щодо неприйняття доставленого товару, кур'єр зобов'язаний повідомити про це ФОП чого зроблено не було.

		<p>Самостійно перевірюючи обсяг доставлених товарів, встановила, що їй було доставлено товару на суму 485,92 грн.</p> <p>Позивач по телефону залишила скаргу з вимогою повернути сплачені кошти за непоставлений товар.</p>	<p>... кур'єр залишив примірник товарного чеку Позивачу та не дочекавшись проставлення нею відмітки про отримання товару, пішов, що в свою чергу є порушенням умов Договору».</p> <p>Відтак відсутній доказ своєчасної та у повному обсязі доставки товарів.</p> <p>«Тягар доведення відсутності своєї вини у неналежному виконанні умов договору покладено саме на відповідача, однак до суду не надано жодного належного доказу. які б свідчили про зворотнє.</p> <p>Згідно з ч.ч. 3, 4 ст. 12 Закону № 1023 споживач має право розірвати договір за умови повідомлення про це продавця (виконавця) протягом 14 днів з дати одержання документа, який засвідчує факт здійснення правочину поза торговельними або офісними приміщеннями чи прийняття продукції або першої поставки такої продукції, за умови, що така продукція є річчю, а прийняття чи поставка продукції відбувається пізніше часу одержання споживачем документа на їх продаж.</p> <p>... виконавець повинен повернути сплачені гроші без затримки не пізніше 30 днів з моменту повідомлення споживачем про розірвання договору. Споживач має <b>право не повертати продукцію</b> або результати роботи чи послуги до</p>
--	--	---	---

				моменту повернення йому сплаченої ним суми грошей».
				Строк у 14 днів не пропущений бо скаргу про повернення коштів було залишено в день замовлення товарів.
9.	Рішення Дарницького районного суду м. Києва від 09.04.2021 у справі № 753/1454/21	Позивач купив в інтернет-магазині безпроводний WIFI адаптер. Перевірити його справність у відділенні Нової пошти не було можливості. Також був відсутній розрахунковий документ.  Вдома пристрій не працював. Тому Позивач повідомив про це по телефону. Взамін отримав СМС з адресою, куди потрібно повернути товар. Але Позивач хотів, щоб Відповідач самостійно забрав товар та повернув гроші.	про розірвання договору, стягнення сплаченої суми за товар та моральної шкоди	Позов задоволено частково, адже наявність моральної шкоди не доведена.  Відповідач не виконав вимоги ч. 2 ст. 1209 ЦК України та ст. 8 Закону № 1023. Адже «доведення належної якості проданого товару і обов'язок належного оформлення претензії покупця щодо недоліків цього товару та проведення в необхідних випадках перевірки якості товару із забезпеченням права споживача взяти участь у такій перевірці законом покладено на продавця».  Відтак Відповідач повинен повернути кошти за товар, включаючи гроші за доставку товару позивачу.
10.	Рішення Держинського районного суду м. Харкова від 20.04.2021 у справі № 638/2320/21	Замовлений товар не був доставлений, хоча споживач сплатив передоплату.	про розірвання договору, стягнення сплачених коштів, штрафу та моральної шкоди	Задоволено частково.  «... відповідальність відповідача підпадає під п.6.5. договору, яким передбачено, що у разі не поставки товару продавець сплачує покупцеві штраф у розмірі 30 відсотків від загальної суми непоставленого товару та компенсує його вартість. Факт порушення строків передачі товару за п.6.4. не можна застосувати, оскільки його необхідно застосувати лише тоді, коли товар було передано з порушенням строків.

				Крім того, у разі задоволення п.6.4. та п.6.5. договору виникає подвійне стягнення штрафу». Водночас законодавство заборонено «застосування подвійної цивільно-правової відповідальності за одне і те саме порушення».
11.	Рішення Івано-Франківського міського суду Івано-Франківської області від 17.06.2021 у справі 344/12118/20	Замовлений товар по передоплаті не надісланий, кошти за нього не повернуті. Продавець не відповів на електронний лист споживача про відсутність зворотнього зв'язку продавця щодо стану виконання замовлення.	про розірвання договору, стягнення сплачених коштів	Задоволено повністю.  «Право споживача на розірвання договору, укладеного на відстані, є безумовним та гарантується Законом № 1023».  «Пунктом 2.2 договору публічної оферти ... передбачено, що товар передається покупцю в строк, погоджений при підтвердженні замовлення в інтернет-магазині. Строк постачання, що зазначається в інтернет-магазині, обчислюється в робочих днях. Даний строк може бути змінено Продавцем в односторонньому порядку у випадку зміни строків постачальником(ами) Продавця, про що Продавець повідомляє Покупця в день отримання інформації про зміну строку постачання».  Відповідач не виконав свій обов'язок щодо повідомлення споживача про зміну строку доставки.
12.	Рішення Деснянського районного суду м. Чернігова від 29.06.2021 у справі 750/1687/21	При отриманні джерела безперебійного живлення Позивачем виявлено його технічну несумісність із належним йому опалювальним котлом та неможливість експлуатації	про стягнення сплачених коштів, моральної шкоди та неустойки за прострочення повернення сплачених грошей після	Задоволено частково, адже моральна шкода не доведена, а вимоги <b>про стягнення витрат щодо повернення відповідачеві товару та переказу коштів є необґрунтованими.</b>  Факт повернення товару підтверджує розірвання договору на підставі ст. 13

		<p>купленого товару за призначенням.</p> <p>Позивач повернув товар Інтернет-магазину, проте не отримав сплачені кошти.</p>	розірвання договору	<p>Закону № 1023 «навіть без додаткового подання письмової заяви відповідного змісту».</p> <p>«Положення ст. 13 є спеціальними щодо норм, включених до ст. 8 Закону № 1023, а отже мають переваги у застосуванні у разі колізії».</p> <p>Неможливо застосувати статті 8 або 9 Закону № 1023, «оскільки місце купівлі-продажу товару відсутнє, під час продажу товару відповідачем не було надано позивачеві інформації щодо підприємств, що задовольняють вимоги, встановлені ч. 1 та 3 ст. 8, ... [та] розрахунковий документ ..., що засвідчує факт купівлі».</p> <p>Розрахунок неустойки на підставі ч. 9 ст. 12 Закону № 1023, враховуючи, що «останній день строку належного виконання обов'язку щодо повернення оплати товару - 26 грудня 2020 року (тридцять днів з моменту повідомлення споживачем про розірвання договору, ... [а] розмір неустойки: 1 % від простроченої суми за кожен день прострочення».</p>
13.	Рішення Малиновського районного суду м. Одеси від 11.10.2021 у справі № 932/13874/20	<p>Позивач замовив товар в Instagram з передоплатою.</p> <p>Позивач, отримавши товар, зрозумів, що він не може бути використаним за призначенням внаслідок прострочення терміну</p>	про зобов'язання повернути кошти	<p>Позов задоволено.</p> <p>Неможливо застосувати ст. 9 Закону № 1023, адже «укладено договір купівлі-продажу за допомогою засобів дистанційного зв'язку, а тому застосуванню до спірних правовідносин підлягає спеціальна норма цього Закону - стаття 13, у поєднанні з положеннями,</p>

		поставки, адже є сезонним товаром. Після відправки товару назад, Позивач повідомив про це продавця електронною поштою та вимагав повернення коштів.		передбаченими ч. 5-9 ст. 12, яка не пов'язує право споживача розірвати договір у зв'язку з відсутністю можливості обміняти непродовольчий товар».  До відправки товару Позивач повідомив про розірвання договору та у день отримання товару відправив його Відповідачу, що спростовує позицію останнього «про користування, потертість та втрачений товарний вигляд» товару.
14.	Рішення Московського районного суду м. Харкова від 28.01.2020 у справі № 643/15312/19	Позивач замовив телефон в інтернет-магазині Mobilluck.ua. Проте товар не був відправлений. Відтак споживач скасував замовлення в особистому кабінеті, а продавець обіцяв повернути сплачені кошти протягом 7 банківських днів. Позивач надіслав заяву про повернення коштів в повному обсязі, однак не отримав відповіді.	про стягнення сплачених грошей, неустойки та моральної шкоди	Задоволено повністю.  «Право споживача на розірвання договору, укладеного на відстані є безумовним, не пов'язується з жодною подією, умовою та гарантується Законом № 1023.  В розумінні ст. 13 Закону № 1023, повідомлення про повернення товару, лист про розірвання договору та саме повернення товару продавцю є фактом розірвання договору купівлі-продажу.  Застосування 1% неустойки на підставі ч. 9 ст. 12 Закону № 1023, адже Відповідач не повернув кошти протягом <b>30</b> днів з моменту повідомлення про розірвання договору.  «Стягнення моральної шкоди у розмірі 1000 грн ... [є пропорційним] до вартості замовленого товару та відношення відповідача, який не вчинив жодної дії по врегулюванню виниклого спору та поверненні грошових коштів за товар внаслідок розірвання договору».

15.	Рішення Роменського міськрайонного суду Сумської області від 09.06.2020 у справі № 585/290/20	<p>Позивач купив відеокарти в інтернет-магазині Мобілак з передоплатою. Строк виконання замовлення був встановлений 30 днів з моменту отримання оплати. У вказаний термін товар не був надісланий.</p> <p>Тому Позивач повідомив про розірвання договору з вимогою повернути кошти.</p> <p>В особистому кабінеті Позивач заповнив форму заявки на повернення коштів.</p> <p>Відповідач повернув лише 200 грн. замість 66490 грн.</p>	про стягнення сплачених коштів та неустойки	<p>Задоволено частково.</p> <p>«Право споживача на розірвання договору, укладеного на відстані є безумовним, не пов'язується з жодною подією, умовою та гарантується Законом № 1023.</p> <p>Якщо продавець, який одержав суму попередньої оплати товару, не передав товар у встановлений строк, покупець має право вимагати передання оплаченого товару або повернення суми попередньої оплати (ч. 2 ст. 693 ЦК України)».</p> <p>Згідно з ч. 4 ст. 13 Закону № 1023 право на розірвання договору дійсне 14 днів з моменту підтвердження інформації або з моменту одержання товару.</p> <p>Розрахунок неустойки відповідно до ч. 9 ст. 12 Закону № 1023.</p> <p>Так як Позивач «просить стягнути неустойку в розмірі, що майже в 4 рази перевищує розмір неповернутих коштів», то можливим є стягнення «неустойки в сумі ідентичній неповернутим коштам, оскільки саме такий розмір суд вважає справедливим».</p>
16.	Рішення Шевченківського районного суду м. Львова від 08.09.2020 у справі № 466/9513/19	<p>Позивач через «Viber» звернувся до відповідача щодо придбання двигуна.</p> <p>Товар мав бути замовлений в Польщі та доставлений протягом 3-5 днів.</p> <p>17.04.2019 Позивач</p>	про розірвання договору та стягнення коштів	<p>Задоволено повністю.</p> <p>Посилаючись на ст. 17 Закону № 1023, суд узагальнив, що «саме на відповідача покладається обов'язок щодо проведення експертизи, а на позивача покладений обов'язок лише щодо доведення істотного дефекту товару».</p>

		<p>Отримав товар, а 08.05.2019 виявив, що двигун є несправним, про що відразу повідомив відповідача, відправивши йому відеодокази, та вимагав повернення коштів.</p>		<p>Встановлено, що двигун був доставлений у несправному та неробочому стані.</p> <p>«Згідно п. 6 ч. 1 ст. 21 Закону № 1023 права споживача вважаються в будь-якому разі порушеними, якщо споживачу реалізовано продукцію, яка є небезпечною, неналежної якості, фальсифікованою.</p> <p>Пунктом 4 ч. 1 ст. 708 ЦК України передбачено, що у разі виявлення покупцем протягом гарантійного або інших строків ... недоліків, не застережених продавцем, або фальсифікації товару, покупець має право за своїм вибором відмовитися від договору і вимагати повернення сплаченої за товар грошової суми.</p> <p>Згідно з ч. 4 ст. 7 Закону № 1023, у разі продажу товарів за зразками, поштою, а також у випадках, коли час укладення договору купівлі-продажу і час передачі товару споживачеві не збігаються, гарантійний строк обчислюється починаючи від дня передачі товару споживачеві, а якщо товар потребує спеціальної установки (підключення) чи складення - від дня їх здійснення».</p> <p>Позивач дотримався гарантійного строку, оскільки відповідач повідомив про несправність двигуна у день його встановлення.</p>
17.	Рішення Галицького районного суду	Позивач замовив соковижималку в інтернет-магазині, яка	про розірвання договору, стягнення	Задоволені усі інші вимоги, крім першої, адже договір

	<p>Івано-Франківської області від 12.06.2019 у справі № 341/35/19</p>	<p>в межах гарантійного терміну перестала працювати.</p> <p>05.10.2018 Позивач звернувся із заявою про розірвання договору протягом 7 днів та повернення коштів. Проте жодної реакції не отримав.</p>	<p>збитків за сплачений товар, за пересилку товару, переказ коштів</p>	<p>вже розірваний в досудовому порядку.</p> <p>Товар «не відповідав якості товару, обумовленій сторонами договору, у зв'язку з чим відповідач зобов'язаний був безоплатно усунути недоліки товару ... чи виконати інші вимоги позивача».</p> <p>Суд погоджується, що договір є розірваним із 05.10.2018.</p> <p>«Відповідно до ч. 7 ст. 8 Закону № 1023 відповідач повинен повернути ціну на час пред'явлення вимоги. Гроші, сплачені за товар, повертаються споживачеві у день розірвання договору, а в разі неможливості ... в інший строк за домовленістю сторін, але не пізніше ніж протягом семи днів».</p>
18.	<p>Рішення Южного міського суду Одеської області від 26.06.2019 у справі №519/371/18</p>	<p>Позивач уклав договір купівлі-продажу товарів на суму 4600 грн. з передоплатою в соціальній мережі «Інстаграм», но товар не отримав.</p> <p>Відповідач відмовився повертати сплачені кошти при електронному листуванні та не відреагував на письмову скаргу-претензію про недійсність договору та про повернення отриманих 16.03.2018 грошей.</p>	<p>про стягнення збитку, неустойки та моральної шкоди</p>	<p>Задоволено частково: зменшено розмір моральної шкоди.</p> <p>Аргументація суду базувалася на неправильному застосуванні норм права.</p> <p>Адже суд застосував ст. 8 Закону № 1023, яка регулює способи захисту у випадку наявності недоліків продукції.</p> <p>Також застосовані Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями, що затверджені наказом Мінекономіки від 19.04.2007. Хоча за своїм змістом укладений договір в Інтернеті є дистанційним договором.</p>

				Неустойка за час затримки повернення грошей з 16.04.2018 по 26.06.2019 – 20056 грн (1% вартості майна: 46 грн. x 436 днів).
19.	Рішення Рівненського міського суду Рівненської області від 07.08.2019 у справі № 569/10365/19	<p>Позивач купив сушку для фруктів та овочів в інтернет-магазині «Мобіллак» з передоплатою. 25.09.2018 позивач на його сайті направив електронне повідомлення про неотримання товару та повернення коштів, адже договір є недійсним.</p> <p>Продавець погодився повернути кошти, які були повернуті із запізненням лише 24.11.2018 та 05.12.2018.</p> <p>Позивач звертався із заявою до Відповідача про відшкодування моральної шкоди та пені, проте не отримав відповіді.</p> <p>Також позивач звертався до Головного управління Держпродспоживслужби в Харківській області, яка лише через 2 місяці відповіла, що провести позапланову перевірку не може, адже за адресою реєстрації суб'єкт господарювання відсутній та господарську діяльність не здійснює.</p>	про стягнення пені та відшкодування моральної шкоди	<p>Задоволено частково: відмовлено в стягненні моральної шкоди.</p> <p>«Відповідно до ч. 6 Закону № 1023 у разі ненадання документа (електронного документа) або підтвердження інформації споживач повідомляє продавця (виконавця) про недійсність договору. Продавець (виконавець) протягом тридцяти днів з моменту одержання такого повідомлення повинен повернути споживачеві одержані кошти та відшкодувати витрати, понесені споживачем у зв'язку з поверненням продукції».</p> <p>Частиною 9 ст. 12 Закону № 1023 визначається неустойка в розмірі 1% вартості продукції за кожний день затримки повернення грошей.</p> <p>Як встановлено судом, відповідач повинен був повернути кошти позивачу до 25.10.2018, проте зобов'язання не виконав та повернув повністю кошти 05.12.2018.</p> <p>Отже, прострочення становить період з 26.10.2018 по 04.12.2018, а розмір пені - 1% від 1551,00 грн. = 15,51 грн., а за 29 днів - 449,79 грн.; 1% від 1000,00 грн. = 10 грн., а за 11 днів - 110 грн.</p> <p>«У спорах про захист прав споживачів чинне цивільне</p>

				законодавство передбачає відшкодування моральної шкоди у тих випадках, якщо така завдана майну споживача або шкода завдана каліцтвом, іншим ушкодженням здоров'я або смертю».
20.	Рішення Луцького міськрайонного суду Волинської області від 28.10.2019 у справі № 161/11729/19	Позивач купив керамічний обігрівач по передоплаті в інтернет-магазині МОБИЛЛАК.  Відповідачем у той же день замовлення було відмінено без пояснення причин. Сплачені кошти не повернуті.	про стягнення передоплати за непереданий товар та неустойки	Задоволено повністю.  Відповідно до ст. 9 Закону № 1023 «сплачені гроші повертаються споживачеві у день розірвання договору, а в разі неможливості ... в інший строк за домовленістю сторін, але не пізніше ніж протягом семи днів». Застосування 1% неустойки відповідно до ч. 9 ст. 12 Закону № 1023.
21.	Постанова Харківського апеляційного суду від 30.08.2021 у справі № 645/7637/20	27.09.2020 Позивач отримала замовлений товар в Інтернеті. Проте протягом гарантійного строку проявилися дефекти: пошкодження корпусу, внутрішніх деталей, електричного шнуру.  Позивач звернувся із проханням замінити товар на аналогічний товар належної якості. Проте отримав відмову. Тому 18.10.2020 позивач надіслав відповідачу товар з вимогою про повернення сплачених коштів.	про стягнення коштів за товар, за доставку та за переказ коштів та відшкодування моральної шкоди	Суд першої інстанції відмовив у задоволенні позову, адже недоведено придбання у відповідача саме хлібопічки та мультиварки, недоліків у цих товарах та їх повернення на його адресу.  Апеляційний суд лишив в силі рішення суду першої інстанції, зазначивши:  «Позивачкою не надано доказів придбання у відповідача саме товарів, про які вона зазначає, ... не вказано їх марок, моделей, фірм. Позивачкою не надано ані накладної, ані товарного чеку, ані гарантійних талонів, які б підтверджували купівлю товарів та їх гарантійний строк». Тому суд не може «встановити, чи дійсно між сторонами укладено договір купівлі-продажу вищевказаної побутової техніки, чи були у товарів певні недоліки, зокрема, істотні, чи продано позивачці товар неналежної якості або

				<p>ж недовіки виникли внаслідок порушення нею правил користування товаром або його зберігання». Водночас «копія експрес-накладної з описом відправлення «продукти харчування» не є належним доказом повернення саме придбаних товарів».</p>
22.	<p>Постанова Запорізького апеляційного суду від 09.11.2020 у справі № 316/1663/19</p>	<p>Куплений в Інтернеті телефон перестав вмикатися. Тому Позивач передав його для безоплатного усунення недовіків. Після ремонту він продовжував не вмикатися.</p> <p>Позивач знову передав телефону для ремонту, проте в процесі діагностики недовіків не виявлено.</p> <p>Після цього, Позивач подав заяву про розірвання договору.</p>	<p>про розірвання договору, стягнення сплачених коштів та моральної шкоди</p>	<p>Суд першої інстанції відмовив у задоволенні позову, адже сторони погодили, що строк ремонту – не більше 90 днів, після якого споживач повинен забрати телефон. При цьому, Позивач не довів, що телефон має істотні недовіки. Вимога про моральну шкоду є похідною, тому не підлягає задоволенню теж.</p> <p>Апеляційний суд підтримав рішення суду першої інстанції, зазначаючи: «обов'язок організації проведення експертизи продукції покладено на продавця. Однак, вказані дії продавцем мають бути вчинені за згодою покупця та при його зверненні з приводу втрати якості продукції. Саме на споживача покладається обов'язок довести наявність істотного дефекту продукції, а тягар доказування причин виникнення недовіку товару покладений на продавця».</p> <p>Відповідно до ч. 9 ст. 8 Закону № 1023 можна усувати недовіки товару в інший строк, який погоджено сторонами.</p> <p>Сторони погодилися, що «саме споживач зобов'язаний забрати телефон з гарантійного обслуговування протягом 5 днів з дня повідомлення про готовність</p>

				товару до видачі ... [тому] вимоги про неповернення товару є безпідставними».
23.	Рішення Ленінського районного суду м. Запоріжжя від 26.10.2021 у справі № 334/4497/21	Позивач на сайті www.Rozetka.com.ua купив велотренажер, який не підійшов за габаритами.  У наявному асортименті відповідача не було іншого товару, який би міг зацікавити, тому Позивач повернула товар поштою за адресою, узгодженою із Відповідачем. Проте Відповідач відмовився забрати товар, адже він вже був у використанні, та було суттєве пошкодження пакування окремих деталей.	про розірвання договору, зобов'язання прийняти придбаний велотренажер та стягнення сплачених коштів	Відмовлено у задоволенні позову.  «Оскільки придбаний товар належної якості був у користуванні, позивачка не має права на розірвання договору та повернення грошей ... відповідно до ст. 9 Закону № 1023».  Не застосовуються ст. 12 та 13 Закону № 1023 як підстава для розірвання договору, адже велотренажер має пошкодження, які «сталися з вини позивачки, оскільки він був переданий нею для використання іншій особі, що підтверджується аудіозаписом розмови».  Порушення відповідачем ч. 2 ст. 13 Закону № 1023, тобто ненадання «споживачу інформації про найменування продавця (виконавця), його місцезнаходження та порядок прийняття претензії; основні характеристики продукції та порядок розірвання договору, також не є підставою для розірвання договору купівлі- продажу, оскільки позивачем не доведені обставини, передбачені ч. 7 ст. 15 Закону № 1023, а саме, що велотренажер не має потрібних споживачеві властивостей, його неможливо використовувати за призначенням, а також при його використанні заподіяна шкода життю, здоров'ю або майну споживача».
24.	Рішення Ленінського районного суду м. Запоріжжя від	Позивач за телефоном, вказаним на сайті Інтернет-магазину	про розірвання договору та стягнення коштів	Відмовлено у задоволенні позову. «Згідно з ч.7 ст. 12 Закону № 1023 для здійснення права на

	<p>06.07.2020 у справі № 334/3310/19</p>	<p>«Алло», замовив витяжку.</p> <p>Оскільки в автомобілі кур'єра не було умов для перевірки товару, то його розпаковка відбувалась вдома, де було виявлено видаткову накладну, незаповнений гарантійний талон, дефекти та її невідповідність характеристикам.</p> <p>Позивачу запропоновано надіслати товар до сервісного центру, що і було зроблено.</p> <p>Відповідач повернув назад витяжку, але відмовився повертати кошти, адже були сліди її використання та втрачений товарний вигляд.</p>		<p>розірвання договору споживач повинен зберігати одержану продукцію у незміненому стані.</p> <p>Згідно зі ст. 679 ЦК України, продавець відповідає за недоліки товару, якщо покупець доведе, що вони виникли до передання товару покупцеві або з причин, які існували до цього моменту.</p> <p>Якщо продавцем надані гарантії щодо якості товару, продавець відповідає за його недоліки, якщо він не доведе, що вони виникли після його передання покупцеві внаслідок порушення покупцем правил користування чи зберігання товару, дій третіх осіб, випадку або непереборної сили.</p> <p>Відповідно до ст. 668 ЦК України, ризик випадкового знищення або випадкового пошкодження товару переходить до покупця з моменту передання йому товару».</p> <p>Не встановлено, що «пошкодження товару відбулося до отримання його позивачем від представника перевізника», адже відсутній належний доказ - акт про пошкодження товару, який складається при розпакуванні товару за присутності представника перевізника, а не за місцем проживання позивача.</p>
25.	<p>Рішення Лозівського міськрайонного суду Харківської області від 17.09.2019 у справі № 629/5532/18</p>	<p>Позивач через Інтернет придбав блендер.</p> <p>03.09.2018 звернувся до відповідача з проханням безоплатно відремонтувати</p>	<p>про розірвання договору, стягнення сплачених коштів та моральної шкоди</p>	<p>Відмовлено у задоволенні позову.</p> <p>«Право на отримання від продавця грошових коштів виникає лише в разі істотності виявлених в придбаному товарі недоліків,</p>

		<p>неякісний товар або повернути гроші, розірвавши договір купівлі - продажу.</p> <p>Відповідач не виконав ці вимоги, відправивши товар з актом про несправність, де вказав, що причиною поломки є механічне пошкодження, що не є гарантійним випадком, оскільки гарантія поширюється лише на електромеханізми.</p>		<p>що виникли з вини виробника (продавця, виконавця). Сам по собі факт несправності товару не може свідчити про наявність у нього саме істотних дефектів, що унеможливує його подальше використання за призначенням.</p> <p>Саме на споживача покладається обов'язок довести наявність істотного дефекту продукції».</p> <p>Водночас позивач не заявляв клопотання про проведення експертизи, тобто відмовився від її проведення.</p>
26.	<p>Рішення Дніпровського районного суду м. Дніпродзержинська Дніпропетровської області від 18.12.2019 у справі № 209/3331/19</p>	<p>Позивач замовив відеокарту в Інтернет-магазині по передоплаті. Товар не був поставлений.</p> <p>01.02.2019 Позивач в особистому кабінеті покупця повідомив про розірвання договору з вимогою про повернення сплачених коштів.</p> <p>11.02.2019 Відповідач підтвердив скасування замовлення шляхом sms-повідомлення.</p>	<p>про стягнення сплачених коштів, неустойки та моральної шкоди</p>	<p>Задоволено частково: відмовлено у стягненні моральної шкоди, адже «право на відшкодування моральної шкоди могло б виникнути ... тільки в разі шкоди, завданої внаслідок недоліків продукції, тобто товару, який повинний був поставлений відповідачем».</p> <p>«Згідно ч. 1 ст. 665 ЦК України у разі відмови продавця передати проданий товар покупець має право відмовитися від договору купівлі-продажу. Згідно ч. 2 та ч. 3 ст. 693 ЦК України ... покупець має право вимагати передання оплаченого товару або повернення суми попередньої оплати».</p> <p>Договір розірвано з моменту підтвердження відповідачем розірвання, тому він повинен був повернути кошти протягом 30 днів.</p> <p>Відтак позивач має право на стягнення неустойки в розмірі 1% вартості продукції, починаючи з 14 березня 2019 року і до ухвалення рішення.</p>

**Зведена таблиця результатів діяльності територіальних органів  
Держпродспоживслужби у сфері захисту прав споживачів за 2019-2021  
роки<sup>17</sup>**

№	Назва територіального органу	2019	2020	2021	Найчастіші види порушень прав	Застосовані способи захисту прав
		Кількість звернень про порушення прав споживачів при замовленні в Інтернеті				
		Кількість задоволених звернень				
1.	Головне управління Держпродспоживслужби у Вінницькій області	15	32	39	1) право на інформацію, передбачену у ст. 7 Закону № 675; 2) право на інформацію про продукцію; 3) застосування умов договорів, що обмежують права споживача.	-
		-	-	-		
2.	Головне управління Держпродспоживслужби у Волинській області	29	33	35	1) право на обмін товару належної якості на аналогічний протягом 14 днів на підставі ст. 9 Закону № 1023; 2) право на розірвання договору та повернення сплачених грошей на підставі ст. 8 Закону № 1023.	1) 85% від задоволених скарг виконані суб'єктами господарювання добровільно до здійснення перевірок та під час розгляду звернень споживачів; 2) обов'язкові до виконання приписи про припинення порушень прав споживачів.
		16	20	21		

<sup>17</sup> Складено за [результатами отриманих відповідей](#) [96] на запит на доступ до публічної інформації. Відсутність певної інформації у даній таблиці зумовлена її ненаданням зазначеними територіальними органами Держпродспоживслужби.

3.	Головне управління Держпродспоживслужби в Дніпропетровській області	155	226	203	Відсутня статистика.	Відсутня інформація.
		94	141	185		
4.	Головне управління Держпродспоживслужби в Донецькій області	30	52	35	1) право на якість продукції; 2) невідповідність товару інформації, зазначеній на сайті.	-
		5	17	9		
5.	Головне управління Держпродспоживслужби в Житомирській області	0	11	28	1) неналежна якість товару, його невідповідність характеристикам; 2) право на обмін товару належної якості або повернення коштів; 3) право на своєчасне постачання товару; 4) право на інформацію про дані суб'єкта господарювання для його ідентифікації; 5) невідача розрахункового документа.	-
			5	10		
6.	Головне управління Держпродспоживслужби в Закарпатській області	5	10	17	1) право на обмін товару належної якості на аналогічний, якщо він не підходить за кольором, розміром; 2) право на усунення недоліків товару.	Механізми захисту, які визначені ЗУ «Про звернення громадян», Законом № 1023 та ЗУ «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності».
		5	2	6		
7.	Головне управління Держпродспоживслужби в Запорізькій області	18	31	28	1) невідповідність товару інформації, зазначеній на сайті; 2) право на гарантійне обслуговування; 3) право на обмін товару належної якості.	Позапланові заходи контролю, які часто неможливо провести через відсутність даних суб'єкта господарювання, його фактичної адреси здійснення діяльності, розрахункового документа.
		2	5	2		
8.	Головне управління	11	17	46	1) право на розірвання договору;	Див. № 6 таблиці.

	Держпродспоживслужби в Івано-Франківській області	5	8	19	2) право на інформацію про товари.	
9.	Головне управління Держпродспоживслужби в м. Києві	491	708	1347	1) невідача документа, що підтверджує укладення договору; 2) порушення терміну повернення коштів у разі розірвання договору; 3) ненадання необхідної інформації до укладення договору.	1) обов'язкові до виконання приписи внаслідок проведених заходів державного нагляду; 2) адміністративні санкції відповідно до ч. 1 ст. 155 КУпАП та ст. 23 Закону № 1023.
		287	364	1088		
10.	Головне управління Держпродспоживслужби в Київській області	25	91	85	1) право на інформацію; 2) обмеження або відмова у реалізації інших прав споживачів.	1) заходи державного нагляду (контролю); 2) роз'яснення законодавства у сфері захисту прав споживачів.
		1	8	23		
11.	Головне управління Держпродспоживслужби в Кіровоградській області	7	13	12	1) право на належну якість продукції; 2) право на достовірну інформацію про продукцію.	-
		0	2	2		
12.	Головне управління Держпродспоживслужби у Львівській області	49	37	50	Неповернення коштів за неякісний товар.	1) роз'яснення законодавства; 2) перевірки суб'єктів господарювання.
		-	-	-		
13.	Головне управління Держпродспоживслужби в Луганській області	30	20	26	1) право на інформацію, зазначену у ч. 2 ст. 13 Закону № 1023; 2) права споживачів у разі придбання товару неналежної та належної якості.	-
		30	20	26		
14.	Головне управління Держпродспоживслужби в Миколаївській області	18	41	34	Неповернення грошей, якщо товар, не підійшов за певними показниками або є неякісним.	Позапланові заходи державного нагляду за наявності місця здійснення господарської діяльності.
		3	15	8		
15.	Головне управління Держпродспоживслужби в Одеській області	170	229	216	1) неналежна якість продукції; 2) право на інформацію про найменування суб'єкта господарювання та	Позапланові заходи державного нагляду.
		10	12	14		

					місяця здійснення його діяльності.	
16.	Головне управління Держпродспоживслужби в Полтавській області	79	48	42	-	Роз'яснення законодавства.
		-	-	-		
17.	Головне управління Держпродспоживслужби в Рівненській області	16	38	54	1) відсутність повної інформації про суб'єкта господарювання та продукцію; 2) невідача розрахункового документа.	Позапланові заходи державного нагляду.
		-	-	-		
18.	Головне управління Держпродспоживслужби в Сумській області	21	26	52	1) право на якість товару; 2) ненадання документа, який свідчить про укладення договору; 3) право на необхідну, своєчасну, доступну інформацію, передбачену законодавством про захист прав споживачів.	Неможливість проведення перевірок через відсутність інформації про найменування та місцезнаходження суб'єкта господарювання.
		7	8	25		
19.	Головне управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області	6	19	28	1) відсутність інформації про найменування та місцезнаходження продавця; 2) невідача гарантійного талону, технічного паспорту, іншого документа, що його заміняє, розрахункових документів; 3) право на гарантійний ремонт.	-
		0	9	10		
20.	Головне управління Держпродспоживслужби в Харківській області	187	174	224	1) ненадсилання товару; 2) право на повернення коштів, обмін товару; 3) невідповідність якості продукції інформації на сайті; 4) порушенням умов гарантійного обслуговування; 5) відсутність	-
		-	-	-		

					ідентифікуючої інформації про суб'єкта господарювання.	
21.	Головне управління Держпродспоживслужби в Херсонській області	5	7	4	1) відсутність інформації про товар; 2) право на обмін товару або повернення коштів, якщо він не задовольняє за формою, фасоном, розміром.	-
		-	-	-		
22.	Головне управління Держпродспоживслужби в Хмельницькій області	14	31	20	1) невідповідність інформації щодо якості товару; 2) право на повернення коштів за товар, який не відповідає характеристикам.	1) письмові роз'яснення; 2) складено запити на додання інформації, адже у зверненнях відсутні інформація про назву суб'єкта господарювання, його точну адресу, документи, які підтверджують замовлення та оплату.
		-	-	-		
23.	Головне управління Держпродспоживслужби в Черкаській області	12	10	13	1) право на належну якість товару; 2) право на обмін та повернення коштів на підставі ст. 9 Закону № 1023.	Позапланові заходи державного нагляду у вигляді перевірок, за результатами яких складено акти.
		1	0	3		
24.	Головне управління Держпродспоживслужби в Чернівецькій області	35	64	56	1) право на інформацію; 2) право на якість продукції.	1) роз'яснення внаслідок відсутності інформації про найменування та місцезнаходження суб'єкта господарювання, договорів, документів, що підтверджують замовлення та оплату; 2) позапланові заходи державного нагляду; 3) притягнення до адміністративної відповідальності у
		4	2	4		

						вигляді штрафу та санкцій на підставі ст. 23 Закону № 1023.
25.	Головне управління Держпродспоживслужби в Чернігівській області	6	17	14	Право на якість продукції.	Письмові роз'яснення.
		1	3	2		