

Гришко Уляна Петрівна

*кандидатка юридичних наук, викладачка кафедри
цивільного права Навчально -наукового
юридичного інституту Прикарпатського
національного університету імені Василя
Стефаника*

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ЗА ДОГОВОРОМ УКЛАДЕНИМ НА ВІДСТАНІ

Стрімкий розвиток товарообороту, спрямованого на реалізацію товарів і послуг за допомогою засобів дистанційного зв'язку, Інтернету (e-commerce), окрім швидкості й зручності обслуговування, містить значні ризики й масові порушення прав споживачів. Відносини, що виникають між покупцем та продавцем (інтернет-магазином) регулюються Законом України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 р., зокрема ст. 12 «Права споживача в разі укладення договору поза торговельними або офісними приміщеннями» та ст. 13 «Право споживача у разі укладення договору на відстані», Законом України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015р., а також Правилами продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями від 16.10. 2007 року.

Прийняття у 2015р Закону України «Про електронну комерцію», це вже значний поступ у регулюванні таких договірних відносин у сфері e-commerce, проте з урахуванням активного розвитку «епохи цифровізації» для даних договірних відносин цього недостатньо. Наявний механізм, передбачений нормами чинного законодавства, далеко не завжди може гарантувати стовідсотковий захист споживачів у сфері e-commerce, одночасно створюючи можливість суб'єктам підприємницької діяльності порушувати права споживачів.

Серед основних порушень прав споживачів, які виникають за договором купівлі- продажу укладеним на відстані є: надання споживачам недостовірної та неповної інформації про продукцію, її споживчі властивості, ціну, умови доставки, порушується право споживача на розірвання договору, відмову від продукції, повернення коштів, тощо.

Як зазначає І.І. Банасевич, право на розірвання контракту споживачем є особливим і дієвим способом захисту прав щодо дистанційних контрактів. Проводячи детальний аналіз правової регламентації права на розірвання договору на відстані відповідно до Директиви 2011/83/ЄС та ст.13 Закону України «Про захист прав споживачів», авторка доводить, те що дана Директиви визначає більш сприятливий та детальний порядок реалізації споживачем свого права на розірвання дистанційного контракту на відмінну від Закону України «Про захист прав споживачів» [1, с.6].

Одним із численних порушень прав споживачів за договором укладеним на відстані є відсутність відомостей про суб'єкта підприємницької діяльності,

достатні для його ідентифікації, та відсутність заходів державного нагляду (контролю) Держпродспоживслужбою, у разі порушення суб'єктом господарювання законодавства про захист прав споживачів. Варто передбачити додаткові вимоги до інформації щодо суб'єкта виконання зобов'язань за контрактами, укладеними на торговельних інтернет-майданчиках. А саме, це стосується розуміння поняття «інтернет-майданчик» або «електронний торговельний майданчик» (аналог «online marketplace»), яке у чинному українському законодавстві відсутнє і жодних додаткових положень щодо інформації, яка має бути надана ним споживачу, не встановлено. Однак з огляду на зростання ролі цих суб'єктів у сфері електронної комерції важливим є законодавче регулювання порядку їх діяльності із визначенням сфери їх відповідальності. Торговельні інтернет-майданчики повинні інформувати споживачів, чи є сторонній постачальник торговцем (суб'єктом підприємницької діяльності) чи ні, попереджати споживача про незастосування правил захисту прав споживачів ЄС до контрактів, укладених з особами, що не є торговцями, та пояснювати, хто нестиме відповідальність за невиконання контракту: сторонній постачальник чи сам інтернет майданчик.

Тому, проектом Закону України «Про захист прав споживачів» № 6134 від 05.10.2021, відповідно до Директиви N 2011/83/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 25.10.2011 передбачено визначення електронного торговельного майданчика (маркетплейса), електронного сервісу порівняння продукції (прайс-агрегатора) та їх відповідальність за наявність/відсутність інформації, яка стосується даних про суб'єктів господарювання, що продають продукцію на веб-сайтах маркетплейса та прайс-агрегатора [2]. У разі ненадання суб'єктом господарювання достовірної інформації на веб-сайті про його найменування, місцезнаходження, що унеможлиблює здійснення заходу державного нагляду (контролю) відповідно до вимог Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» з метою поновлення порушених прав споживачів. Держпродспоживслужбі надано право звертатися до провайдера інтернет-послуг щодо обмеження доступу до веб-сайту (частини веб-сайту, програмного забезпечення) такого суб'єкта господарювання. У випадку отримання Держпродспоживслужбою від суб'єкта господарювання заяви про відновлення доступу до веб-сайту у зв'язку з розміщенням інформації про найменування та місцезнаходження суб'єкта господарювання, Держпродспоживслужба звертається протягом двох робочих днів до провайдера інтернет-послуг з метою відновлення доступу до веб-сайту.

Таким чином, суб'єкти господарювання, що використовують нечесну підприємницьку практику та порушують законодавство про захист прав споживачів не зможуть здійснювати господарську діяльність в електронній торгівлі, поки не забезпечать наявність на веб-сайті достовірної інформації про себе, з метою здійснення заходів щодо поновлення прав споживачів[3].

Цікавим у цьому контексті видається досвід Естонії. З метою захисту прав споживачів за договором укладеним на відстані урядом Естонії створено національний портал для вирішення спорів між споживачами і онлайн-

магазинами та маркетплейсами. У разі систематичного порушення інтернет-магазином норм законодавства про захист прав споживачів, Департамент захисту прав споживачів і технічного нагляду виносить припис провайдеру телекомунікаційних послуг щодо обмеження доступу до веб-інтерфейсу чи блокування доменного імені торговельної платформи. Всі спори вирішуються комісією із споживчих спорів в онлайн- форматі. Для порівняння, в Україні Держпродспоживслужба має схожі з естонським департаментом функції, зокрема цей орган здійснює розгляд скарг споживачів і перевірки виробників, проте періодичні проведення моніторингів Інтернет- магазинів до її повноважень не віднесено [4].

Таким чином, з урахуванням положень європейського законодавства щодо регулювання договору укладеного за допомогою засобів дистанційного зв'язку між споживачем та продавцем, варто визначити у національному законодавстві розуміння понять «інтернет-майданчик» або «електронний торговельний майданчик» та визначити межі їх відповідальності. З цією метою, доцільно було б запровадити цифровий формат комунікації між споживачами, продавцями (виробниками) й органами державної влади, які здійснюють захист прав споживачів створивши спеціальну онлайн-платформу, за допомогою якої споживачі могли б отримувати повну та достовірну інформацію про продавця (інтернет- магазин) та захистити своє право у випадку порушення.

Список використаних джерел

1. 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/handle/123456789/8696?mode=full>
2. Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32011L0083>
3. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про захист прав споживачів» URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=72932
4. Тітамир О. Хто на захисті: як працює система захисту прав споживачів в Естонії. URL: <https://mind.ua/openmind/20230215-hto-na-zahisti-yak-pracyue-sistema-zahistu-prav-spozhyvachiv-v-estoniyi> (дата звернення: 29.12.2021)