

лише про окремий випадок більш загальної концепції заподіяння шкоди спільними діями.

Але одна річ, коли маємо до діла із індустрією, котра складається із шістьох виробників, і зовсім інша – з індустрією, котра складається із декількасот виробників. В останньому випадку, звісно, багато важче довести, що всі гравці діяли узгоджено. Тому суд у справі Сіндел відхилив і цей аргумент. Визнавши, що усі наявні концепції і прецеденти не дають змогу розв'язати проблему, що порушується у справі, Верховний Суд Каліфорнії заснував нову концепцію, яка дістала назву «відповідальність згідно з часткою на ринку», і створив новий прецедент.

Суд ухвалив, що за умови, що позивач об'єднав у своєму позові виробників, сукупна частка яких на ринку відповідного препарату є істотною, кожен із цих виробників повинен відшкодувати шкоду, завдану препаратом у частині, що відповідає його частці на ринку цього препарату. Таким чином, якщо розмір шкоди становить 1 млн USD, а частка відповідача на ринку – 30%, то цей відповідач має сплатити позивачеві 300 тис. USD (на відміну від рішення у справі Самерз, де відповідальність мисливців була солідарною). Частка кожного відповідача на ринку – це не що інше, як показник імовірності того, що саме його препарат був дійсною причиною шкоди в кожному окремому випадку. А це також означає, що в кінцевому підсумку сумарний розмір компенсацій, які виплатить кожен відповідач буде дорівнювати дійсному розміру шкоди, заподіяної саме цим відповідачем.

**Банасевич Ірина Іванівна,
кандидат юридичних наук, доцент,
доцент кафедри цивільного права
ДВНЗ «Прикарпатський національний
університет ім. В. Стефаника»**

**Гейнц Руслана Миколаївна,
кандидат юридичних наук, доцент,
завідувач кафедри цивільного права
ДВНЗ «Прикарпатський національний
університет ім. В. Стефаника»**

ПУБЛІЧНИЙ ДОГОВІР: КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ

Відповідно до ст. 633 ЦК України публічним є договір, в якому одна сторона – підприємець взяла на себе обов'язок здійснювати продаж товарів, виконання робіт або надання послуг кожному, хто до неї звернеться (роздрібна торгівля, перевезення транспортом загального користування, послуги зв'язку, медичне, готельне, банківське обслуговування тощо).

Більшість учених-цивілістів вказують на те, що мета публічного договору – захист «слабкої» сторони в економічних відносинах. Так, В. І. Дрішлюк зазначає, що ознакою яка дозволяє говорити про публічність діяльності підприємця є факт укладення договору, прямо вказаного в законі публічним, а не зазначення про це в статуті, ліцензії, договорі. На думку вченого, така позиція буде сприяти однозначному застосуванню норми про публічний договір до всіх правовідносин, де існує економічна нерівність сторін. Публічність діяльності, яку здійснює підприємець щодо продажу товарів, надання послуг або виконання робіт у відношенні кожного, хто до нього звернеться, треба розуміти, виходячи із цілей введення в законодавство ст. 633 ЦК України – захисту «слабкої» сторони в економічних відносинах [1, с. 115].

Слід погодитись із тим, що ознака публічності вказує на те, що будь-який споживач може звернутися до підприємця, який продає товари, надає послуги чи виконує роботи, а останній зобов'язаний здійснити таку діяльність [2, с. 147].

Сучасна конструкція ст. 633 ЦК України дозволяє зробити висновок про те, що публічним вважатиметься не тільки договір, у якому однією із сторін є фізична особа-споживач, але й такий, в якому споживачем товарів, робіт чи послуг буде суб'єкт підприємницької діяльності. Яка ж тоді мета закріплення норм про публічний договір у Цивільному кодексі України, якщо стороною у публічному договорі буде не фізична особа-споживач, а підприємець?

В сучасних цивілістичних дослідженнях вчені все частіше звертаються до поняття «споживчий договір». При вживанні категорії «споживчий договір» слід враховувати, що слово «споживчий» визначає його як тип цивільно-правового договору, вказуючи на особливий суб'єктний склад і юридичний зв'язок контрагента такого договору з споживачем. До особливих ознак споживчого договору слід віднести покладення на підприємця, який передає товари, надає послуги чи виконує роботи на користь споживача ряду переддоговірних обов'язків, зокрема йдеться про надання повної та достовірної інформації про товари, роботи та послуги. Окрім суб'єктного складу до ознак споживчого договору слід також віднести мету, з якою придбавається, замовляється або використовується відповідний товар, робота чи послуга.

Відтак, можемо зробити висновок, що як споживчий договір, так і публічний договір виділяються законодавством в окремий тип договорів за суб'єктним критерієм, та обумовлені необхідністю захисту «слабкої» сторони, незважаючи на закріплення у цивільному законодавстві засад юридичної рівності суб'єктів цивільних правовідносин. Таку ж позицію викладено у рішенні Конституційного Суду України від 10.11.2011 року №15-рп/2011, де зазначено, що споживачу, як правило, об'єктивно бракує знань, необхідних для здійснення правильного вибору товарів (робіт, послуг) із запропонованих на ринку, а також для оцінки договорів щодо їх придбання, які нерідко мають вид формуляра або іншу стандартну форму. Тому держава

забезпечує особливий захист більш слабого суб'єкта економічних відносин, а також фактичну, а не формальну рівність сторін у цивільно-правових відносинах, шляхом визначення особливостей договірних правовідносин у сфері споживчого кредитування та обмеження дії принципу свободи цивільного договору [3].

Характерною ознакою правовідносин за участю споживачів є нерівне становище суб'єктів, наявність «сильної» і «слабкої» сторони: з одного боку виступають підприємці, що володіють не лише капіталом, а й певним обсягом необхідних фахових знань про свій товар (роботу, послугу), а з іншого – індивідуальний споживач (фізична особа), який змушений довіряти наданій інформації про товар, роботу або послугу.

Якщо однією із основних ознак публічного договору є участь у ньому підприємця, який повинен здійснювати діяльність з продажу товарів, виконання робіт або надання послуг, то однією із конститутивних ознак споживчого договору – сторона споживач.

Із вищенаведеного можна зробити висновок, що обидва договори: публічний і споживчий – спрямовані на встановлення додаткових гарантій для «слабшої» сторони договору. Однак, не всякий публічний договір є споживчим, а тільки той, в якому контрагентом суб'єкта підприємницької діяльності, який здійснює діяльність із передання товарів, надання послуг чи виконання робіт, буде фізична особа-споживач, яка придбаває відповідні товари, роботи чи послуги для задоволення особистих потреб. Крім того, не кожен споживчий договір є публічним, а тільки той, який прямо визнаний таким законом. Наприклад, договір про надання споживчого кредиту є споживчим договором, однак не є публічним договором, адже чинним законодавством не передбачено обов'язку банку чи іншої фінансової установи встановлювати у кредитних договорах однакові умови для всіх позичальників.

Такий же висновок можна зробити і щодо договору страхування. Як слушно зауважує Г. О. Ільченко, на споживача страхових послуг, яким є фізична особа, яка укладає зі страховиком договір страхування, а також фізична особа, в інтересах якої укладено договір страхування (застрахована особа), та яка отримує страхову послугу, необхідну для задоволення особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю цієї фізичної особи або виконанням нею обов'язків найманого працівника, поширюється законодавство про захист прав споживачів, в частині не врегульованій спеціальним законом [4, с. 15-16]. Тобто такий договір страхування, враховуючи усі ознаки, які йому притаманні, є споживчим, однак не може вважатися публічним, оскільки таким відповідно до Цивільного кодексу України не визнається.

Саме тому не зовсім обґрунтованою видається думка деяких авторів, які досліджують окремі різновиди споживчого договору, про те, що споживчий договір є особливим різновидом публічного договору [5, с. 7; 6, с. 120-121].

Безумовно, що така позиція зумовлена існуванням у чинному законодавстві та науці цивільного права двох понять «публічний договір» і

«споживчий договір». Причому, проаналізувавши зміст ст. 633 ЦК України та інших норм цього кодексу, які регулюють договірні відносини, що віднесені до публічних договорів, можна зробити висновок, що вони є споживчими. У зв'язку із цим постає питання про доцільність існування такої категорії як «публічний договір», а головне – про відповідність її змісту сутності приватних цивільно-правових відносин.

Вочевидь, більш вдалим та таким, яке відповідає нормам міжнародного права є поняття «споживчий договір». У зв'язку із цим сучасна редакція ст. 633 ЦК України потребує змін. Зокрема, необхідно змінити назву статті на «Споживчий договір», а, відтак, і її зміст.

Література:

1. Дрішлюк В. І. До питання про ознаки публічного договору. Університетські наукові записки. 2007. №1 (21). С. 114-116.
2. Договір як універсальна форма правового регулювання: монографія / за заг. ред. проф. В. А. Васильєвої. Івано-Франківськ, 2016. 399 с.
3. Рішення Конституційного Суду України від 10.11.2011 року №15-рп/2011. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v015p710-11> (дата звернення 08.02.2019 р.).
4. Ільченко Г. О. Цивільно-правовий захист прав споживачів страхових послуг: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. / НДІ приватного права і підприємництва ім. Ф.Г. Бурчака НАПрН України. Київ, 2016. 20 с.
5. Єгоричева О. Ю. Цивільно-правова відповідальність за продаж споживачам товарів неналежної якості: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. / НДІ приватного права і підприємництва ім. Ф.Г. Бурчака НАПрН України. Київ, 2014. 20 с.
6. Пожоджук Р. В. Поняття та правова природа договору постачання електричної енергії через приєднану мережу як споживчого договору. Приватне право і підприємництво. 2015. Вип.14. С.119-122.

Яновицька Галина Богданівна
кандидат юридичних наук, доцент
доцент кафедри цивільного права та процесу
юридичного факультету
Львівського національного університету імені Івана Франка

ОСОБЛИВОСТІ ЗМІСТУ ДОГОВОРІВ У ВІДНОСИНАХ ІЗ СПОЖИВАЧЕМ

Правовідносини, в яких споживач бере безпосередню участь (роздрібна купівля-продаж, надання послуг, виконання робіт), мають цивільно-правову природу. Це суспільні відносини, регульовані нормами цивільного права, договірними умовами, правовими звичаями, які виникають між фізичною особою (споживачем), що має намір придбати чи замовити продукцію, або