

Ірина Йосипівна Пучковська

Кафедра цивільного права № 1

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого
Харків, Україна

Олександр Олександрович Біляєв

Кафедра цивільного права № 1

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого
Харків, Україна

Віктор Петрович Янишен

Кафедра цивільного права № 1

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого
Харків, Україна

Ганна Олександрівна Уразова

Кафедра цивільного права № 1

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого
Харків, Україна

ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ПРИ КУПІВЛІ ТОВАРІВ В ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ

***Анотація.** Щороку переважна більшість країн переходить в онлайн-середовище. Особливо це стосується інтернет-магазинів. Предметом дослідження у статті є система захисту прав споживачів при купівлі товарів в інтернет-магазинах та її ефективність. Мета – проведення аналізу стану розвитку електронної торгівлі в Україні та системи захисту прав споживачів при купівлі товарів в інтернет-магазинах. Використано такі загальнонаукові методи: класифікації та теоретичного узагальнення – для дослідження теоретичних основ інтернет-торгівлі; статистичного аналізу – для аналізу сучасного стану електронної торгівлі в Україні та системи захисту прав споживачів. Отримано такі результати: на основі аналізу норм чинного законодавства та досвіду зарубіжних країн, що описують розвиток ринку електронної торгівлі в Україні та світі, виявлено основні тенденції, що склалися, визначено позитивні та негативні сторони інтернет-торгівлі, а також ефективність системи захисту прав споживачів при купівлі товарів в інтернет-магазинах. Було зроблено висновок, що індустрія «електронної комерції» розвивається дуже динамічно. Захист прав споживачів під час купівлі товарів через інтернет-магазини здійснюється як і при звичайній купівлі-продажу, але має низку специфічних особливостей. Для залучення потенційних покупців і формування в них довіри інтернет-магазини намагаються на своїх офіційних сайтах розміщувати якнайбільше інформації про свої товари і послуги, зокрема й відгуки покупців. Це свідчить про те, що самі продавці зацікавлені в якнайшвидшому вирішенні спірних ситуацій і збереженні своєї репутації. З огляду на це, саме підвищення споживчої грамотності громадян, вмін-*

ня повною мірою реалізувати свої права, захищати свої інтереси в разі виникнення тих чи тих суперечностей – один зі шляхів вирішення наявних проблем.

Ключові слова: електронна торгівля, електронна комерція, інтернет-простір, інтернет-магазин, інтернет-покупці, захист прав споживачів, юридична відповідальність.

Iryna Y. Puchkovska

Department of Civil Law No. 1
Yaroslav Mudryi National Law University
Kharkiv, Ukraine

Oleksandr O. Biliaiev

Department of Civil Law No. 1
Yaroslav Mudryi National Law University
Kharkiv, Ukraine

Victor P. Yanyshen

Department of Civil Law No. 1
Yaroslav Mudryi National Law University
Kharkiv, Ukraine

Hanna O. Urazova

Department of Civil Law No. 1
Yaroslav Mudryi National Law University
Kharkiv, Ukraine

EFFECTIVENESS OF THE CONSUMER PROTECTION SYSTEM UPON PURCHASING GOODS IN ONLINE STORES

Abstract. *Every year, the vast majority of countries switch to an online environment. This is especially true for online stores. The subject of this study is the system of consumer protection upon buying goods in online stores and its effectiveness. The purpose is to analyse the state of development of e-commerce in Ukraine and the system of consumer protection upon purchasing goods in online stores. The following general scientific methods were used: classification and theoretical generalisation – to study the theoretical foundations of e-commerce; statistical analysis – to analyse the current state of e-commerce in Ukraine and the consumer protection system. The following results were obtained: based on the analysis of the provisions of current legislation and the experience of foreign countries describing the development of the e-commerce market in Ukraine and the world, the main trends that have developed have been identified, the positive and negative aspects of e-commerce have been identified, as well as the effectiveness of the consumer protection system upon purchasing goods in online stores. It was concluded that the “e-commerce” industry is developing very dynamically. Consumer protection upon purchasing goods through online stores is carried out as with a regular purchase and sale, but it has a number of specific features. To attract potential customers and build their trust, online stores try to post as much information about their products and services as possible on their official websites, including customer reviews. This indicates that the sellers themselves are in-*

terested in resolving disputes as soon as possible and preserving their reputation. Taking this into account, it is the improvement of the consumer literacy of citizens, the ability to fully exercise their rights, and to protect their interests in case of certain contradictions that is one of the ways to solve the existing problems.

Keywords: electronic trading, e-commerce, internet space, online store, online buyers, consumer protection, legal responsibility.

ВСТУП

Сучасний світ – це світ високих технологій, які щороку охоплюють дедалі більше аспектів нашого життя. Електронна комерція в Україні зараз увійшла в стадію бурхливого розвитку. Ще 10 років тому інтернет був розкішною для обраних, чимось нереальним і мало досяжним. Уже минули ті часи, коли вихід в інтернет-простір був цілою подією, тепер з'єднання зі всесвітньою мережею відбувається щомиті, безвідривно і цілодобово. Щодня збільшується кількість гаджетів, які мають доступ в інтернет. Загалом, як наголошує О. Синявська, зі створенням щораз більш активного простору електронної комерції в Україні знижується популярність зарубіжних майданчиків, а вітчизняні суб'єкти дедалі більше використовують досвід бізнес-моделей інших країн, впроваджуючи його у власне функціонування [1]. Наразі на онлайн-ринку України домінують місцеві компанії, такі як «Розетка», «Алло», «OLX» та багато інших. До трійки найбільш відвідуваних *e-commerce* сайтів України входять: OLX.ua (40.4% користувачів), Rozetka.com.ua (32.5%) та Prom.ua (26.5%). За даними Асоціації ритейлерів України, світовими лідерами серед гравців у галузі електронної комерції у 2016-му стали Alibaba Group із часткою 27%. Далі йде Amazon із 13% світового ринку та eBay з 4.5% [2]. Якщо аналізувати темпи зростання обсягів електронної торгівлі в Україні, то вони останніми роками значно перевищують темпи зростання в Європі. Це пов'язано передусім з різким зростанням рівня проникнення інтернету в Україні, а також розподілом інтернет-користувачів за віком та рівнем доходу: так, для користувачів з рівнем доходу вище середнього він сягає майже 100%, аналогічна ситуація у віковій групі 15–45 років, яка забезпечує значну частку активних інтернет-покупців.

Крім того, в умовах європеїзації вітчизняної економіки важливим аспектом є виконання Україною міжнародних зобов'язань. Однією з важливих сфер секторальної співпраці ЄС та України, що передбачена Угодою про асоціацію, є захист прав споживачів (Глава 20 Розділу V «Економічне та галузеве співробітництво»). Метою такого співробітництва є забезпечення високого рівня захисту прав споживачів та досягнення сумісності між українською та європейською системами захисту прав споживачів (ст. 415 Угоди про асоціацію). Згідно зі ст. 417 Угоди про асоціацію Україна поступово наближає своє законодавство до *acquis* ЄС у сфері захисту прав споживачів, перелік яких наведено в Додатку XXXIX до Угоди про асоціацію, при цьому уникаючи створення бар'єрів у тор-

гівлі¹. Додаток XXXIX до Глави 20 Угоди про асоціацію передбачає, що протягом трьох років з дати набуття чинності Угодою про асоціацію в Україні мають бути впроваджені положення Директиви 2002/65/ЄС². Мета Директиви полягає у зближенні законів, підзаконних актів та адміністративних положень держав-членів щодо дистанційного маркетингу споживчих фінансових послуг, аби посилити захист прав споживачів, фінансові послуги яким пропонуються через інтернет.

Сучасний етап розвитку відносин між сферою виробництва товарів, послуг і сферою споживання вказує на переважне, домінантне значення спільноти споживачів. Поняття «персоналізація» (*customization*) міцно входить в побут і визначає домінанту науково-технічного прогресу у виробництві й на ринку споживчих товарів і послуг. Саме тому сьогодні всі організації зобов'язані мати свої офіційні сайти з актуальною про себе інформацією. Кожен магазин обов'язково має різноманітні інтернет-каталоги зі своєю продукцією для загального огляду. Більше того, останнім часом з'являється дедалі більше магазинів, які торгують тільки в інтернет-просторі (*wildberries, la-moda, alliexpress* і багато інших). У соціальних мережах все частіше з'являються люди, які займаються спільними покупками, на своїх сторінках вони розміщують інформацію про товари та послуги, приймають через онлайн-листування замовлення та на зазначені адреси відправляють товари.

Отже, дистанційна торгівля вже міцно увійшла в побут більшості вітчизняних громадян. Сьогодні дистанційною покупкою товарів займаються не тільки люди з обмеженими можливостями або просунуті провайдери, але й мами з маленькими дітьми, постійно зайняті офісні працівники, навіть пересічні громадяни, які не хочуть витратити свій час на ходіння по магазинах. Між замовником та інтернет-магазином встановлюється своєрідний дистанційний договір купівлі-продажу. При цьому покупка товарів за допомогою інтернет-магазину або через онлайн-каталоги на сайтах різних організацій має свої плюси, і мінуси. Загалом, як наголошують вчені, в умовах глобальних перетворень вибрана проблематика недостатньо досліджена. А наявність значних порушень щодо прав споживачів з боку суб'єктів господарювання та, відповідно, скарг від на-

¹ Association agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and Ukraine, of the other part. 2014. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text (дата звернення: 07.11.20)

Association agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and Ukraine, of the other part. (2014, September). Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text

² Directive 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council on the distance marketing of consumer financial services and amending Council Directive 90/619/EEC and Directives 97/7/EC and 98/27/EC. 2002. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_45878 (дата звернення: 07.11.20)

Directive 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council on the distance marketing of consumer financial services and amending Council Directive 90/619/EEC and Directives 97/7/EC and 98/27/EC. (2002, September). Retrieved from https://minjust.gov.ua/m/str_45878

селення щодо неякісних товарів і послуг, недобросовісної конкуренції свідчать, що ця проблема є доволі актуальною, детально не розробленою і потребує подальших наукових досліджень.

Предметом дослідження у статті є система захисту прав споживачів при купівлі товарів в інтернет-магазинах та її ефективність. Мета – проведення аналізу стану розвитку електронної торгівлі в Україні та системи захисту прав споживачів при купівлі товарів в інтернет-магазинах. Завдання: дослідження концепції «електронна торгівля»; «інтернет-магазин»; аналіз тенденцій розвитку електронної торгівлі в Україні, ефективність системи захисту прав споживачів при купівлі товарів в інтернет-магазинах.

1. МАТЕРІАЛИ ТА МЕТОДИ

Відповідно до завдань наукового пошуку у статті використано комплекс взаємопов'язаних, взаємодоповнюючих методів дослідження. Теоретичною та методологічною основою слугують: діалектичний, історичний та порівняльний методи, за допомогою яких досліджено процеси становлення й розвитку та функціонування інтернет-магазинів в Україні та зарубіжних країнах. Розроблено комплексний понятійно-категоріальний апарат електронної економіки та її складових, зокрема, зміст таких основних категорій як електронна торгівля, електронна комерція, інтернет-простір, інтернет-магазин, інтернет-покупці, захист прав споживачів.

У статті використано методи аналізу, синтезу, логічного узагальнення й наукової абстракції, статистичний та формально-логічний методи, за допомогою яких здійснено аналіз суспільних процесів, їх взаємозв'язку, механізму функціонування електронної торгівлі в Україні та інших державах; спеціальні юридичні методи тлумачення правових норм, за допомогою яких визначено концептуальні засади функціонування й розвитку електронної торгівлі в Україні, а також напрямки вдосконалення вітчизняного законодавства і практичного впровадження міжнародних стандартів у цій сфері. Також здійснено аналіз норм чинного законодавства, яке регулює права покупців в інтернет-магазинах, зокрема, Цивільний Кодекс України¹, Закон України «Про захист прав споживачів»², Закон України «Про електронну комерцію»³ та ін.

¹ Цивільний Кодекс України. 2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 07.11.20)

Civil Code of Ukraine. (2003). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

² Закон України № 1023-XII «Про захист прав споживачів» від 12 травня 1991 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 07.11.20)

Law of Ukraine No. 1023-XII “On consumer protection”. (1991, May). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>

³ Закон України № 675-VIII «Про електронну комерцію» від 03 вересня 2015 року. URL: from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 07.11.20)

Law of Ukraine No. “On e-commerce”. (2015, September). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>

У процесі дослідження особливої ваги набули саме методи класифікації та теоретичного узагальнення. Їх було застосовано, зокрема, для дослідження теоретичних основ інтернет-торгівлі та правової природи інтернет-магазинів. Використовуючи ці методи, з'ясовано, що саме інтереси споживача мають бути основним пріоритетом регулювання взаємин ринкових сил у рамках соціально-споживчого комплексу. Вітчизняне законодавство, яке регулює цю сферу, досить заплутане, представлене різними законодавчими актами, які не відстежують повною мірою змін, що відбуваються в епоху формування цифрової економічної моделі суспільства. Саме тому зроблено висновок, що тільки прийняття кодексу захисту прав споживачів приведе законодавство в таку необхідну відповідність.

Метод статистичного аналізу дозволив проаналізувати сучасний стан електронної торгівлі в Україні та системи захисту прав споживачів в зарубіжних країнах. Так, визначено механізми активізації електронної торгівлі в Україні в умовах розвитку поглибленої та всеосяжної європеїзації економіки в контексті зони вільної торгівлі з ЄС, що ґрунтуються на таких напрямках розвитку вітчизняної електронної торгівлі, як поліпшення електронно-інформаційних систем, забезпечення обміну інформацією між державою і споживачами даних послуг. З огляду на це, наголошено на позитивному зарубіжному досвіді захисту прав споживачів при купівлі товарів в інтернет-магазинах Франції, Німеччини, США, Італії, Англії, Бельгії, Швейцарії тощо. Застосовуючи даний метод у статті було розглянуто деякі аспекти міжнародного законодавчого регулювання, яке закріплює права покупців і здійснює прямий вплив на права споживачів і поведінку інших зацікавлених осіб на споживчому ринку.

2. РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОБГОВОРЕННЯ

2.1 Українське законодавство та система захисту прав споживачів при купівлі товарів в інтернет-магазинах

У Законі України «Про електронну комерцію» електронну торгівлю визначено як частину електронної комерції, а саме – господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем. Придбання товарів через інтернет – це договір, укладений на відстані продавцем (виконавцем) із споживачем за допомогою засобів дистанційного зв'язку (п. 8 ст. 1 Закон України «Про захист прав споживачів»¹), до яких належать телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення та інформаційні мережі, зокрема інтернет. У ст. 698 Цивільного

¹ Закон України № 1023-XII «Про захист прав споживачів» від 12 травня 1991 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 07.11.20)

Law of Ukraine No. 1023-XII “On consumer protection”. (1991, May). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>

кодексу України визначено, що за договором роздрібної купівлі-продажу продавець, який здійснює підприємницьку діяльність з продажу товару, зобов'язується передати покупцеві товар, що звичайно призначається для особистого, домашнього або іншого використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю, а покупець зобов'язується прийняти товар і оплатити його¹. Відносини, що виникають між покупцем і продавцем товарів, робіт та послуг в інтернеті не відрізняються від традиційних правил купівлі-продажу й регулюються, зокрема, положеннями Цивільного кодексу України та Закону України «Про захист прав споживачів». Зважаючи на це, дистанційна купівля-продаж – це не що інше, як різновид роздрібної купівлі-продажу.

Щоправда, в інтернет-магазині досить часто можна зіткнутися з недобросовісним продавцем. Питання недобросовісних комерційних практик стосовно споживачів в Україні регулюється, в першу чергу, Законом України «Про захист прав споживачів» та «Про захист від недобросовісної конкуренції»². Відповідно до ч. 1 ст. 19 Закону України «Про захист прав споживачів» нечесна підприємницька практика заборонена. Ідеться про вчинення дій або бездіяльність, які вводять споживача в оману чи є агресивними, або є проявом недобросовісної конкуренції. Для кожного виду нечесних практик Закон наводить відповідні приклади, перелік яких не є вичерпним. Важливим положенням є також п. 1 ч. 1 ст. 21 цього ж Закону, згідно з яким права споживача вважаються порушеними, якщо при реалізації продукції будь-яким чином порушується право споживача на свободу вибору продукції. У ст. 22 Закону регулюється питання судового захисту.

Зараз з боку недобросовісних продавців простежується тенденція до введення покупців в оману за допомогою поширення недостовірної або неповної інформації про пропонований товар у зв'язку з тим, що покупець не має реальної можливості ознайомитися з товаром на момент його придбання. Найчастіше спори виникають через неякісний товар (брак), невідповідність картинки сайту і реальної речі тощо, у зв'язку із цим особливого значення набувають норми ст. 9 Закону України «Про захист прав споживачів» про наявність у покупця можливості відмовитися від товару в будь-який час до його передачі та право на обмін товару належної якості протягом чотирнадцяти днів, не враховуючи дня купівлі, якщо більший строк не оголошений продавцем.

Залежно від того, чи придбаний товар має недоліки, виділимо дві можливі ситуації, у яких процес повернення товару значно відрізнятиметься. Отже,

¹ Цивільний Кодекс України. 2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 07.11.20)

Civil Code of Ukraine. (2003). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

² Закон України № 236/96-ВР «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07 червня 1996 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 07.11.20)

Law of Ukraine No. 236/96-VR “On protection from unfair competition”. (1996, June). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>

перший варіант – коли покупець повертає товар, що не має недоліків, тобто товар належної якості. Споживач має право обміняти непродовольчий товар належної якості на аналогічний у продавця, у якого він був придбаний, якщо товар не задовольнив його за формою, габаритами, фасоном, кольором, розміром або з інших причин не може бути ним використаний за призначенням. Споживач має право на обмін товару належної якості протягом чотирнадцяти днів, не враховуючи дня купівлі, якщо більший строк не оголошений продавцем¹. У цьому випадку виняток можуть становити лише певні непродовольчі товари, які не підлягають поверненню та обміну за вищевказаних підстав. Наприклад, на підставі Постанови Кабінету Міністрів України від 19 березня 1994 р. № 172 «Про реалізацію окремих положень Закону України “Про захист прав споживачів”» затверджено перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню). Не можна повернути лікарські препарати та засоби, предмети сангігієни, парфюмерно-косметичні вироби тощо². На підставі Закону України «Про захист прав споживачів» не можна відмовитися від товару, який був зроблений за індивідуальним замовленням (наприклад – взуття та меблі за певними мірками, розмірами тощо)³.

Водночас обмін товару належної якості провадиться, якщо він не використовувався і якщо збережено його товарний вигляд, споживчі властивості, пломби, ярлики, а також розрахунковий документ, виданий споживачеві разом з проданим товаром, або відтворений на дисплеї програмного реєстратора розрахункових операцій (дисплеї пристрою, на якому встановлений програмний реєстратор розрахункових операцій) QR-код, що дає змогу споживачеві здійснювати його зчитування та ідентифікацію з розрахунковим документом за структурою даних, що в ньому містяться, або надісланий електронний розрахунковий документ на наданий споживачем абонентський номер чи адресу електронної пошти [6]. Отже, стосовно розрахункового документу, законодавець надає споживачеві декілька варіантів його пред'явлення покупцеві. У такому разі можна вдатися до інших доказів, наприклад, для дистанційного способу

¹ Наказ Міністерства економіки України № 104 «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами» від 19 квітня 2007 року. URL: from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07#Text> (дата звернення: 07.11.20)

Order of the Ministry of Economy of Ukraine No. 104 “On approval of the rules of retail trade in non-food products”. (2007, April). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07#Text>

² Постанови Кабінету Міністрів України № 172 «Про реалізацію окремих положень Закону України “Про захист прав споживачів”» від 19 березня 1994 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/172-94-%D0%BF#Text> (дата звернення: 07.11.20)

Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 172 “On the implementation of certain provisions of the Law of Ukraine “On Consumer Protection””. (1994, March). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/172-94-%D0%BF#Text>

³ Закон України № 1023-XII «Про захист прав споживачів» від 12 травня 1991 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 07.11.20)

Law of Ukraine No. 1023-XII “On consumer protection”. (1991, May). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>

покупки товару через мережу Інтернет досить роздруківки з інтернет-сайту конкретного магазину. Такий товар не повертається і через те, що не може бути проданий іншим особам або може бути проданий лише з істотними фінансовими втратами для продавця (виконавця).

Споживач може повернути товар належної якості та одержати назад гроші у розмірі вартості такого товару, якщо на момент обміну аналогічного товару немає у продажу. Крім того, відповідно до ч. 4 ст. 13 Закону України «Про захист прав споживачів» споживач має право повернути річ, що свідчить про розірвання договору. Таким чином, законодавець захищає інтереси споживача, який укладає договір на відстані, зокрема, через мережу Інтернет, оскільки надає йому право на «безумовну» відмову від договору навіть після отримання товару [3]. Що стосується повернення товару неналежної якості, то тут правила дещо інші. Що стосується повернення товару неналежної якості, то тут правила дещо інші. Вони закріплені в ст. 708 Цивільного кодексу України¹ та ст. 8 Закону України «Про захист прав споживачів» [6]. Необхідно звернути увагу, що ці норми по-різному визначають права покупця у разі продажу йому товару неналежної якості. Так, відповідно до ч. 1 ст. 708 Цивільного кодексу України у разі виявлення покупцем протягом гарантійного або інших строків, встановлених обов'язковими для сторін правилами чи договором, недоліків, не застережених продавцем, або фальсифікації товару покупець має право за своїм вибором: 1) вимагати від продавця або виготовлювача безоплатного усунення недоліків товару або відшкодування витрат, здійснених покупцем чи третьою особою, на їх виправлення; 2) вимагати від продавця або виготовлювача заміни товару на аналогічний товар належної якості або на такий самий товар іншої моделі з відповідним перерахунком у разі різниці в ціні; 3) вимагати від продавця або виготовлювача відповідного зменшення ціни; 4) відмовитися від договору і вимагати повернення сплаченої за товар грошової суми². Щодо останнього права покупця, відмови від договору, слід зазначити, що найчастіше воно виникає внаслідок порушення умов договору продавцем [3].

На відміну від цих правил ст. 8 Закону України «Про захист прав споживачів» звужує права споживача у разі продажу йому товару неналежної якості. Так, останні залежать від виду недоліку товару. Наприклад, якщо він не істотний, то споживач має право вимагати: 1) пропорційного зменшення ціни; 2) безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк; 3) відшкодування витрат на усунення недоліків товару. Якщо ж недолік істотний, тоді споживач може: 1) розірвати договір та отримати сплаченої за товар грошової суми; 2) вимагати

¹ Цивільний Кодекс України. 2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 07.11.20)

Civil Code of Ukraine. (2003). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

² Там же, 2003.

Ibidem, 2003.

заміни товару на такий же товар або на аналогічний, з числа наявних у продавця (виробника), товар¹. Отже виникає законодавча колізія, яка обумовлює питання яка має застосовуватись норма ст. 708 Цивільного кодексу України або ст. 8 Закону України «Про захист прав споживачів». Вважаємо, що застосуванню підлягає норма, що міститься в Цивільному кодексі України, оскільки, в ч. 3 ст. 698 зазначено, що до відносин за договором роздрібної купівлі-продажу з участю покупця фізичної особи, не врегульованих цим Кодексом, застосовується законодавство про захист прав споживачів. Тобто законодавець надає перевагу у регулюванні відносин, що виникають за договором роздрібної купівлі-продажу, нормам Цивільного кодексу України, тоді як законодавство про захист прав споживачів має субсидіарне значення.

Коли споживач дізнався про недоліки товару, він може пред'явити продавцеві або виробникові вимогу про їх безоплатне усунення. Відповідно до ч. 9 ст. 8 Закону України «Про захист прав споживачів» такі недоліки повинні бути усунуті протягом чотирнадцяти днів з дати її пред'явлення або за згодою сторін в інший строк. На письмову вимогу споживача на час ремонту йому надається (з доставкою) товар аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) незалежно від моделі. Для цього продавець, виробник (підприємство, що задовольняє вимоги споживача, встановлені ч. 1 ст. 8 Закону) зобов'язані створювати (мати) обмінний фонд товарів. Перелік таких товарів визначається Кабінетом Міністрів України. При дистанційній купівлі-продажу допускається подавати заяву у формі електронного листа, надісланого на інтернет-портал із зазначенням своїх даних, опису ситуації, що склалася, і свого погляду про вихід з неї.

Крім самого товару, споживач має повернути також всі супутні документи по товару (гарантійний талон, інструкцію, паспорт тощо), а також всі комплектуючі цього товару. У деяких випадках продавці вводять в оману покупців, відмовляючи їм у поверненні грошових коштів та прийнятті неякісного товару назад, посиляючись на порушення заводської упаковки товару або ж вказуючи на той факт, що товар входить до переліку тих, які не підлягають поверненню. А це є прямим порушенням норм Господарського кодексу України², Цивільного кодексу України, Закону «Про захист прав споживачів»³.

¹ Закон України № 236/96-ВР «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07 червня 1996 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 07.11.20)

Law of Ukraine No. 236/96-VR "On protection from unfair competition". (1996, June). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>

² Господарський кодекс України. 2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 07.11.20)

Economic Code of Ukraine. (2003). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>

³ Закон України № 1023-XII «Про захист прав споживачів» від 12 травня 1991 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 07.11.20)

Law of Ukraine No. 1023-XII "On consumer protection". (1991, May). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>

Варто зазначити і про те, що в деяких випадках продавець має право відправити товар в сервісний центр для уточнення причин виникнення недоліків і можливості їх усунути. Якщо провини продавця немає і товар був пошкоджений або приведений в непридатність самим покупцем, то споживач відшкодовує витрати на проведення експертизи, витрати на зберігання товару і транспортування. Тобто, за законом, експертиза завжди проводиться за рахунок продавця, але якщо буде доведена провина покупця (неакуратне носіння, недотримання рекомендацій тощо), він повинен відшкодувати витрати.

У разі повернення товару неналежної якості, як і у звичайному магазині, між покупцем і продавцем (інтернет-магазином) складається письмовий акт повернення. Продавець може повернути грошові кошти у такій формі, в якій було придбано товар. При цьому повернення з дистанційної купівлі-продажу має особливу специфіку. Оскільки в більшості випадків за інтернет-покупки споживач розплачується банківською карткою, то й грошові кошти мають повернути на картку. У разі недійсності картки (втрата, видача нової тощо) грошові кошти перераховуються на іншу картку, яка була зафіксована в акті передачі або ж на банківський рахунок, зазначений в акті покупцем. Цей факт так само повинен бути письмово відображений в акті передачі. Якщо при перерахуванні грошових коштів виникає вимога оплатити комісію, то вона оплачується за рахунок продавця. У разі покупки товару за готівковим розрахунком можливе повернення грошових коштів з каси магазину представника або ж в інший спосіб, відображений в акті передачі.

Згідно з ч. 1 ст. 55 Конституції України права і свободи людини і громадянина захищаються судом. Отже, у випадку порушення, права споживачів підлягають судовому захисту. При цьому ч. 5 ст. 28 Цивільного процесуального кодексу України визначає, що позови про захист прав споживачів можуть пред'являтися також за зареєстрованим місцем проживання чи перебування споживача або за місцем завдання шкоди чи виконання договору.

Прогрес не стоїть на місці і конкуренція змушує продавців все ж таки вживати легітимних заходів щодо врегулювання конфліктів. Так, наприклад, віднедавна у фейсбуці ведеться список недобросовісних продавців і магазинів [4]. Крім того, існує величезна кількість незалежних форумів і груп, присвячених захисту інтернет-споживачів, де можна ознайомитися з відгуками про продукцію різних магазинів, дізнатися про репутацію того чи іншого суб'єкта підприємницької діяльності, обмінятися досвідом захисту своїх порушених прав. Адже статистика сумна: у 2019-му українців обманули в онлайн-магазинах на 200 млн грн [5]. Тож можна зробити проміжний висновок про те, що саме інтереси споживача мають бути основним пріоритетом регулювання взаємин ринкових сил у рамках соціально-споживчого комплексу. Вітчизняне законодавство, яке регулює цю сферу, досить заплутане, представлене різними законодавчими акта-

ми, які не відстежують повною мірою змін, що відбуваються в епоху формування цифрової економічної моделі суспільства. І слухними є, мабуть, думки, що тільки прийняття кодексу захисту прав споживачів приведе законодавство в таку необхідну відповідність.

2.2 Міжнародне законодавче регулювання захисту прав споживачів при купівлі товарів в інтернет-магазинах

У цьому контексті варто уваги позитивний зарубіжний досвід захисту прав споживачів при купівлі товарів в інтернет-магазинах. Тож розглянемо деякі аспекти міжнародного законодавчого регулювання, яке закріплює права покупців і здійснює прямий вплив на права споживачів і поведінку інших зацікавлених сторін на споживчому ринку [6]. У багатьох країнах давно створено різні інститути захисту прав споживачів. Скажімо, у Франції діє Міністерство у справах споживачів, у Великобританії – Відомство генерального директора з питань приватної торгівлі, у США – Федеральна комісія з торгівлі [7]. У деяких країнах існують спеціальні законодавства щодо захисту прав споживачів або ж ці функції виконують статті цивільних кодексів. Відповідні кодекси діють, наприклад, в Італії, Франції. В Англії, Бельгії, Швейцарії розгалужена мережа товариств із захисту прав споживачів, головна мета яких – висловлювати думку споживачів. Вони надають інформацію споживачам і виступають від їх імені в різних організаціях, виконують посередницькі функції, виступають з позовами в судах за дорученням замовника у разі порушення їхніх прав [8].

У Франції ще декретом від 1 грудня 1986 р. встановлено принцип свободи цін, але для захисту прав споживачів в ньому передбачено низку застережень [9]. Наприклад, забороняється використання дискримінаційних цін і «лавинного продажу», коли покупцю надається знижка за умови, що він знайде інших покупців на аналогічний товар. Це розглядається як шахрайство і карається законом. А продаж товарів з уцінкою, розпродаж і продаж з виставок вимагають попереднього дозволу мерії.

У межах Європейського Союзу (далі – ЄС) захист прав споживачів здійснюють різні асоціації споживачів: Європейське бюро споживачів, служба при Європейській комісії, консультативний комітет споживачів. Усі суперечки з питань захисту прав споживачів вирішують, як правило, за допомогою позасудових, погоджувальних процедур. Важливо, що європейські стандарти у споживчій сфері спрямовані на встановлення високого рівня захисту прав споживачів задля вільного руху товарів на внутрішньому ринку ЄС. Оскільки різний рівень захисту в країнах-членах Європейського Союзу створює бар'єри для вільного руху товарів, було створено єдиний для всіх держав-членів ЄС мінімальний комплекс правил споживчого законодавства. Запровадження таких

правил сприяє не тільки ліпшому функціонуванню внутрішнього ринку ЄС, але й зміцненню довіри споживачів¹.

Європейська комісія створила Мережу європейських споживчих центрів (ECC-Net), що складається з 29 центрів (у країнах-членах ЄС, Норвегії та Ісландії), які співпрацюють між собою задля надання споживачам інформації про покупку за кордоном, а також для допомоги споживачам вирішити проблемні питання в суперечках із зарубіжними комерсантами у сфері інтернет-торгівлі [10; 11].

Діяльність і послуги ECC-Net охоплюють:

- надання інформації про покупки за кордоном і забезпечення знання споживачами своїх прав. Так само ECC-Net надає інформацію про права споживачів в ЄС та своїй країні;

- надання консультацій і підтримки для будь-якого споживача, що стикається з проблемами під час покупки за кордоном;

- допомога споживачеві в досягненні угоди – позитивного рішення з комерсантом у проблемній ситуації або суперечці;

- учасники ECC-Net співпрацюють, організовуючи спільні проекти, у межах яких досліджуються сфери, які викликають або можуть викликати труднощі у споживачів. Наприклад, організовуються спільні проекти у сфері прав авіапасажирів й електронної комерції, із зазначенням основних наявних у Європі проблем;

- для споживачів доступна форма для зарубіжних скарг, при заповненні якої на домашній сторінці учасника ECC-Net скарга споживача автоматично відправляється і реєструється в загальній базі даних зарубіжних скарг IT-Tool.

ECC-Net співпрацює також з іншими створеними в ЄС мережами, наприклад SOLVIT, яка є альтернативним механізмом Європейського економічного простору для розв'язання проблем внутрішнього ринку і часто проблеми, пов'язаних з видом на проживання, перетином кордонів, визнанням професійної кваліфікації та освіти, взаємним визнанням товарів, свободою підприємницької діяльності, несправедливими умовами в конкурсах на державні закупівлі, які дискримінують претендентів або товари з інших країн-членів ЄС. Так само ECC-Net співпрацює з FIN-Net, яка є мережею для розв'язання проблем фінансових послуг. Можна виділити такі базові положення, регульовані на наднаціональному рівні, що захищають споживачів у ЄС:

- згідно з нормативними актами ЄС, споживач має право подати скаргу протягом двох років з дня покупки товару. Продавець або виробник не має

¹ Association agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and Ukraine, of the other part. 2014. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text (дата звернення: 07.11.20)

Association agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and Ukraine, of the other part. (2014, September). Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text

права скоротити цей термін;

- якщо продавець або виробник товару дають гарантію, це означає, що покупцеві надаються додаткові можливості до того, що протягом двох років він має законне право звернутися до продавця зі своїми позовними вимогами;
- виробник може надати гарантію європейського масштабу і за потреби відремонтувати товар можуть у дилера цієї компанії в країні проживання покупця;
- у разі відмови продавця на скаргу покупця потрібно звернутися до Європейського центру інформування споживачів.

Регулюється і право відмови від придбаного товару. Директива 97/7/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про захист прав споживачів в дистанційних контрактах» від 20 травня 1997 року визначає, що споживач онлайн-послуг протягом щонайменше семи робочих днів без будь-яких штрафних санкцій і не вказуючи будь-яких підстав має право відмовитися від замовленого товару. Єдине, що можна вимагати від споживача, якщо він скористався своїм правом відмови, це оплату прямих витрат, пов'язаних з поверненням товару. Директива забезпечує мінімальний рівень вимог правового врегулювання, і в кожній окремій країні-учасниці ЄС таке врегулювання може бути більш, але ніяк не менш сприятливим для прав споживача, ніж передбачено Директивою. Правом відмови можна скористатися протягом семи календарних днів, якщо сторони не домовилися про більш тривалий термін.

Право відмови не поширюється на: договори, укладені за допомогою торгових автоматів або автоматизованих торгових місць; договори, укладені з оператором телекомунікаційного зв'язку, використовуючи платні громадські телефони; договори, укладені на аукціоні; договори, пов'язані з доставкою продуктів харчування, напоїв або інших побутових товарів, призначених для негайного споживання у споживача вдома, на роботі або в іншому місці, якщо товари постійно постачає торговий агент; договори з надання житла або транспортних послуг, або пов'язані з харчуванням або розважальними заходами, якщо продавець або постачальник послуг, згідно з укладеним договором, зобов'язується надати послуги в певний день чи період часу. Директива визначає, що коли споживач використовує свої права на відмову, інтернет-магазин зобов'язаний безоплатно повернути сплачені споживачем суми впродовж 30 днів.

Регулюються й умови поставки товару. Інтернет-магазин зобов'язаний виконати замовлення не пізніше ніж протягом 30 днів з дня відправки споживачем замовлення в магазин. Якщо споживач зробив покупку, але виявилось, що цього товару у продажу вже немає, продавець зобов'язаний повідомити покупця і повернути гроші протягом 30 днів. Аби уникнути шахрайства в інтернеті, варто знати кілька основних моментів. Так, однією з характерних ознак довірливості (відомі також як знаки якості) є розміщення на домашній сторінці інтернет-магазину електронної мітки (electronic label). Найчастіше такі мітки

розміщують, щоб інформувати про те, що магазин дотримується кодексу поведінки, аби відвідувач сайту був упевнений в тому, що конкретному інтернет-магазину можна довіряти.

Зараз єдиним знаком довіри в Європейському Союзі щодо електронної комерції є мітка Euro-Label. Ця мітка створена за фінансової підтримки Європейської комісії. Euro-Label гарантує, що продукт, який продає компанія, дійсно існує, умови продажу чітко визначені і доступні на домашньому сайті, продавець дотримується законів і забезпечує захист даних, після замовлення товар буде доставлений, а на випадок виникнення будь-яких проблем розроблена процедура вирішення спорів. Так, одним зі способів розв'язання проблеми, що виникла в покупця під час придбання товару, є подача скарги (за умови, що конкретна країна бере участь у проєкті).

Діє й міжнародна мережа оперативного зв'язку Econsumer.gov, створена 2001 року для вирішення виникаючих суперечок, протистояння міжнародному шахрайству і завоювання довіри споживачів до покупок, що здійснюються шляхом прямого зв'язку [12]. На першому етапі у проєкті брало участь 13 країн, зараз – 24 країни. В основі проєкту дві компоненти: міжнародний інтернет-сайт і доступ до інтернет-сайту конкретної установи. Публічно доступний інтернет-сайт дозволяє споживачеві опублікувати свою міжнародну претензію, яка за допомогою бази даних скарг споживачів Федеральної торгової комісії США (U.S. Federal Trade Commission) скеровується до відповідної установи країни, що є учасником цього проєкту. Якщо спір не вдалося врегулювати альтернативними методами вирішення претензій, споживач може скористатися європейською процедурою задоволення вимог невеликого обсягу [13; 14].

Ще одним перспективним напрямом вирішення спорів між покупцями і продавцями є система альтернативного вирішення спорів (ADR) – це термін, що застосовується на позначення різних механізмів вирішення спорів без прямого залучення до вирішення спору суду або державного відомства [15]. Споживач вважається більш «слабкою» стороною договору, його фінансові та інші ресурси для ефективного вирішення спору непорівнянні з можливостями комерсанта [16; 17]. Варто враховувати також і ту обставину, що часто купують товари недорого, і це стримує споживача від вирішення спору в загальному цивільно-правовому порядку. У такому разі, зіткнувшись з фактом невиконання договору, можливості споживачів у захисті своїх прав дуже обмежені [18; 19]. Споживач і економічно, і духовно перебуває в слабшій позиції, ніж комерсант, тому під час вирішення спору в судах загальної юрисдикції споживач, мабуть, програє процес [20; 21]. Для порівняння можливостей сторін споживач повинен вибрати найбільш прийнятний для себе механізм вирішення суперечок. Таким механізмом є альтернативні види вирішення спорів. На відміну від традиційного судочинства, альтернативні види вирішення суперечок пропонують споживачеві такі істотні переваги:

- процес є легко доступним, часто ведеться в обхід бюрократичних форм, властивих судочинству;
- процес можна почати в електронному вигляді незалежно від того, де перебувають сторони;
- для більшості наявних видів ADR процес доступний споживачам безкоштовно або плата визначена пропорційно вартості оспорюваного товару;
- споживач має право використовувати схеми ADR, не вдаючись до будь-якої іншої юридичної допомоги;
- рекомендації, видані Європейською комісією, містять принцип, згідно з яким рішення ADR має бути прийнято швидше, ніж це сталося б у суді першої інстанції, отже процес забезпечує відносно швидкий розгляд спору [22; 23].

Водночас єдиною організацією, створеною відповідно до рекомендацій Європейської комісії 98/257 і 2001/310, є Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів.

ВИСНОВКИ

На підставі вищевикладеного можна зробити такі висновки. Захист прав споживачів під час купівлі товарів через інтернет-магазини здійснюється як і при звичайній купівлі-продажу, але має низку специфічних особливостей. Так, механізми повернення речі через звичайний магазин й інтернет-магазин мають схожі риси і практично не відрізняються. Для залучення потенційних покупців і формування в них довіри інтернет-магазини намагаються на своїх офіційних сайтах розміщувати якнайбільше інформації про свої товари і послуги, зокрема й відгуки покупців. Існує також безліч різних інтернет-форумів з незалежними відгуками покупців. Дедалі частіше на сайтах інтернет-магазинів можна знайти додаткові функції на зразок «Почати спір» або «Повернути товар». Це свідчить про те, що самі продавці зацікавлені в якнайшвидшому вирішенні спірних ситуацій і збереженні своєї репутації.

На цей час індустрія «електронної комерції» з організації продажу споживчих товарів і надання різноманітних послуг в інформаційно-телекомунікаційній мережі Інтернет розвивається дуже динамічно. Підвищення споживчої грамотності громадян, вміння повною мірою реалізувати свої права, захищати свої інтереси в разі виникнення тих чи тих суперечностей – один зі шляхів вирішення наявних проблем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- [1] Sinyavska O. A. E-commerce in Ukraine: Trends and prospects. Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism. 2019. No. 9. P. 126–132.
- [2] Official site of the Association of Retailers of Ukraine. 2020. URL: <https://rau.ua/uk/novyni/onlajn-diktatura-e-commerce>. (дата звернення: 07.11.20)
- [3] Urazova H. O. Category of refusal in the civil law of Ukraine. Kharkiv: Pravo, 2016.

- [4] Blacklist of sellers and fraudsters. 2020. URL: <https://www.facebook.com/groups/1969975089888664>. (дата звернення: 07.11.20)
- [5] Smilka M. Ukrainians were deceived in online stores for two hundred million hryvnias in 2019. URL: <https://elnews.com.ua/uk/ukrayincziv-obmanuly-v-onlajn-magazynah-na-dvisti-miljoniv-gryven-u-2019-roczy/>. (дата звернення: 07.11.20)
- [6] Wang Z. Research on internet financial consumer rights protection in China. E3S Web of Conferences. 2020. No. 218. Article number 01022.
- [7] Colangelo G. Competing through keyword advertising. *Journal of Competition Law and Economics*. 2020. Vol. 16, No. 3. P. 306–348.
- [8] Rösner A., Haucap J., Heimeshoff U. The impact of consumer protection in the digital age: Evidence from the European Union. *International Journal of Industrial Organization*. 2020. No. 73. Article number 102585.
- [9] Kaptsosh V. Ya. Status and features of the development of Internet trade in goods in the international dimension. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. International Economic Relations and The World Economy*. 2017. Vol. 13, No. 1. P. 115–119.
- [10] Zhu R., Srivastava A., Sutanto J. Privacy-deprived e-commerce: The efficacy of consumer privacy policies on China’s e-commerce websites from a legal perspective. *Information Technology and People*. 2020. Vol. 33, No. 6. P. 1601–1626.
- [11] Bochko O. Yu., Donets D. M. Electronic distribution on the market of dairy products as the necessary composition of the present supply of the goods. *Bulletin of Mukachevo State University. Series “Economy”*. 2018. Vol. 1, No. 9. P. 53–56.
- [12] Bandara R., Fernando M., Akter S. Managing consumer privacy concerns and defensive behaviours in the digital marketplace. *European Journal of Marketing*. 2020. Vol. 55, No. 1. P. 219–246.
- [13] The Global Information Technology Report. 2015. URL: <https://www.weforum.org/reports/global-information-technology-report-2015>. (дата звернення: 07.11.20)
- [14] Galiullina G. F., Mansurova T. G., Gallyamova, E. F. Qualitative assessment of the potential of innovative development of territories. *Journal of Environmental Treatment Techniques*. 2019. Vol. 7, Special Issue. P. 1195–1199.
- [15] Benöhr I. The United Nations guidelines for consumer protection: Legal implications and new frontiers. *Journal of Consumer Policy*. 2020. Vol. 43, No. 1. P. 105–124.
- [16] Aizstrauta D., Ginters E. Integrated acceptance and sustainability assessment model transformations into executable system dynamics model. *Procedia Computer Science*. 2015. No. 77. P. 92–97.
- [17] Aliev T. T., Bit-Shabo I. V. Legal regulation of E-commerce and other entrepreneurial activities conducted with digital technologies. *Advances in Intelligent Systems and Computing*. 2020. No. 1100 AISC. P. 807–813.
- [18] Arenkov I. A., Salikhova I. Y., Ivanova D. V., Smirnov S. Đ., Rudenko M. N. Intellectual capital factors in enhancing competitiveness of retail network. In *33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019: Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020*. Granada: IBIMA. 2019. P. 2571–2574
- [19] Chow D. C. K. Alibaba, amazon, and counterfeiting in the age of the internet. *Northwestern Journal of International Law and Business*. 2020. Vol. 40, No. 2. P. 157–202.
- [20] Puida G. V. Internal economic mechanism intellectual security of the enterprise. *Bulletin of Mukachevo State University. Series “Economy”*. 2018. Vol. 1, No. 9. P. 57–62.

- [21] Pylypchuk V. P. Social networks in the process of promotion of the enterprise services. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series "Economy"*. 2018. Vol. 2, No. 10. P. 60–65.
- [22] ODR Standards, Principles, & Guidelines. 2020. URL: <http://odr.info/standards/>. (дата звернення: 07.11.20)
- [23] Aizstrauta D., Celmina A., Ginters E., Mazza R. Validation of integrated acceptance and sustainability assessment methodology. *Procedia Computer Science*. 2013. No. 26. P. 33–40.

REFERENCES

- [1] Sinyavska, O. A. (2019). E-commerce in Ukraine: Trends and prospects. *Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, 9, 126-132.
- [2] Official site of the Association of Retailers of Ukraine. (2020). Retrieved from <https://rau.ua/uk/novyni/onlajn-diktaturae-commerce>.
- [3] Urazova, H. O. (2016). *Category of refusal in the civil law of Ukraine*. Kharkiv: Pravo.
- [4] Blacklist of sellers and fraudsters. (2020). Retrieved from <https://www.facebook.com/groups/1969975089888664>.
- [5] Smilka, M. (2020). *Ukrainians were deceived in online stores for two hundred million hryvnias in 2019*. Retrieved from <https://elnews.com.ua/uk/ukrayincziv-obmanuly-v-onlajn-magazynah-na-dvisti-miljoniv-gryven-u-2019-roczy/>.
- [6] Wang, Z. (2020). Research on internet financial consumer rights protection in China. *E3S Web of Conferences*, 218, Article number 01022.
- [7] Colangelo, G. (2020). Competing through keyword advertising. *Journal of Competition Law and Economics*, 16(3), 306-348.
- [8] Rösner, A., Haucap, J., & Heimeshoff, U. (2020). The impact of consumer protection in the digital age: Evidence from the European Union. *International Journal of Industrial Organization*, 73, Article number 102585.
- [9] Kaptsoch, V. Ya. (2017). Status and features of the development of Internet trade in goods in the international dimension. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. International Economic Relations and The World Economy*, 13(1), 115-119.
- [10] Zhu, R., Srivastava, A., & Sutanto, J. (2020). Privacy-deprived e-commerce: The efficacy of consumer privacy policies on China's e-commerce websites from a legal perspective. *Information Technology and People*, 33(6), 1601-1626.
- [11] Bochko, O. Yu., & Donets, D. M. (2018). Electronic distribution on the market of dairy products as the necessary composition of the present supply of the goods. *Bulletin of Mukachevo State University. Series "Economy"*, 1(9), 53-56.
- [12] Bandara, R., Fernando, M., & Akter, S. (2020). Managing consumer privacy concerns and defensive behaviours in the digital marketplace. *European Journal of Marketing*, 55(1), 219-246.
- [13] The Global Information Technology Report. (2015). Retrieved from <https://www.weforum.org/reports/global-information-technology-report-2015>.
- [14] Galiullina, G. F., Mansurova, T. G., & Gallyamova, E. F. (2019). Qualitative assessment of the potential of innovative development of territories. *Journal of Environmental Treatment Techniques*, 7(Special Issue), 1195-1199.
- [15] Benöhr, I. (2020). The United Nations guidelines for consumer protection: Legal implications and new frontiers. *Journal of Consumer Policy*, 43(1), 105-124.

- [16] Aizstrauta, D., & Ginters, E. (2015). Integrated acceptance and sustainability assessment model transformations into executable system dynamics model. *Procedia Computer Science*, 77, 92-97.
- [17] Aliev, T. T., & Bit-Shabo, I. V. (2020). Legal regulation of E-commerce and other entrepreneurial activities conducted with digital technologies. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 1100 AISC, 807-813.
- [18] Arenkov, I. A., Salikhova, I. Y., Ivanova, D. V., Smirnov, S. D., & Rudenko, M. N. (2019). Intellectual capital factors in enhancing competitiveness of retail network. In *33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019: Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020* (pp. 2571-2574). Granada: IBIMA.
- [19] Chow, D. C. K. (2020). Alibaba, amazon, and counterfeiting in the age of the internet. *Northwestern Journal of International Law and Business*, 40(2), 157-202.
- [20] Puida, G. V. (2018). Internal economic mechanism intellectual security of the enterprise. *Bulletin of Mukachevo State University. Series "Economy"*, 1(9), 57-62.
- [21] Pylypchuk, V. P. (2018). Social networks in the process of promotion of the enterprise services. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series "Economy"*, 2(10), 60-65.
- [22] ODR Standards, Principles, & Guidelines. (2020). Retrieved from <http://odr.info/standards/>.
- [23] Aizstrauta, D., Celmina, A., Ginters, E., & Mazza, R. (2013). Validation of integrated acceptance and sustainability assessment methodology. *Procedia Computer Science*, 26, 33-40.

Ірина Йосипівна Пучковська

Доктор юридичних наук, професор

Кафедра цивільного права № 1

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

61024, вул. Пушкінська, 77, Харків, Україна

Олександр Олександрович Біляєв

Кандидат юридичних наук, асистент

Кафедра цивільного права № 1

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

61024, вул. Пушкінська, 77, Харків, Україна

Віктор Петрович Янишен

Кандидат юридичних наук, доцент

Кафедра цивільного права № 1

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

61024, вул. Пушкінська, 77, Харків, Україна

Ганна Олександрівна Уразова

Кандидат юридичних наук, асистент

Кафедра цивільного права № 1

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого
61024, вул. Пушкінська, 77, Харків, Україна

Iryna Y. Puchkovska

Full Doctor in Law, Professor
Department of Civil Law No. 1
Yaroslav Mudryi National Law University
61024, 77 Pushkinska Str., Kharkiv, Ukraine

Oleksandr O. Biliaiev

Ph.D. in Law, Assistant
Department of Civil Law No. 1
Yaroslav Mudryi National Law University
61024, 77 Pushkinska Str., Kharkiv, Ukraine

Victor P. Yanyshen

Ph.D. in Law, Associate Professor
Department of Civil Law No. 1
Yaroslav Mudryi National Law University
61024, 77 Pushkinska Str., Kharkiv, Ukraine

Hanna O. Urazova

Ph.D. in Law, Assistant
Department of Civil Law No. 1
Yaroslav Mudryi National Law University
61024, 77 Pushkinska Str., Kharkiv, Ukraine

Рекомендоване цитування: Пучковська І. Й., Біляєв О. О., Янишен В. П., Уразова Г. О. Ефективність системи захисту прав споживачів при купівлі товарів в інтернет-магазинах. Вісник Національної академії правових наук України. 2021. Т. 28. № 1. С. 266–285.

Suggested Citation: Puchkovska, I. Y., Biliaiev, O. O., Yanyshen, V. P., & Urazova, H. O. (2021). Effectiveness of the consumer protection system upon purchasing goods in online stores. *Journal of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine*, 28(1), 266–285.

Submitted: 25/12/2020

Revised: 01/02/2021

Accepted: 08/03/2021