

доповнення ЦК України положеннями про поліпшення стану обізнаності споживачів, їх належне інформування щодо якостей товару, робіт, чи послуги в процесі укладання споживчих договорів.

Список використаних джерел:

1. Яновицька Г. Б. *Цивільно – правові засоби захисту прав споживачів в Україні. Дис... докт. юр. наук. за спеціальністю 12.00.03., Львівський національний університет, Львів, 2021. – 439 с.*

Гришко Уляна Петрівна

*кандидат юридичних наук, доцент, доцент
кафедри цивільного права Прикарпатського
національного університету імені Василя
Стефаника*

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИНАХ ДРОПШИПІНГУ

Розвиток електронної комерції, особливо в період пандемії COVID, привів до появи нової форми інтернет- торгівлі товарами – дропшипінгу. Чинне законодавство закріплення терміна «дропшипінг» не містить. На практиці дропшипінгом вважають такий вид підприємницької діяльності, за якого посередник (дроппіпер) займається реалізацією товарів від постачальника чи безпосереднього виробника.

«Дропшипінг» визначають - як схему торгівлі, за якої роздрібну торгівлю провадять зі складу постачальника. Тобто, продавець (посередник) – інтернет-магазин, отримавши замовлення на постачання товару, спрямовує його постачальнику (виробнику, дистриб'ютору, оптовику тощо), який здійснює постачання товару кінцевому споживачеві від імені роздрібного торговця [1]. При цьому покупець може навіть і не знати, що фактичним продавцем товару є не дроппіпер.

Враховуючи те, що законодавство не містить такої специфічної форми договірних відносин, як дропшипінг, тому поширеними між дроппіпером та його головними контрагентами (виробниками, оптовими продавцями тощо) є посередницькі договори: комісії, доручення, агентські тощо. Враховуючи те, що дроппіпер здійснює торгівлю через власний інтернет-магазин від свого імені, то такі договірні відносини оформляються договором комісії, згідно з яким комісіонер-дроппіпер зобов'язується укласти договори купівлі-продажу з покупцями від свого імені, але за рахунок комітента, а комітент — відправляти товар покупцеві. Щодо конструкцій агентського договору чи договору доручення, то посередник має здійснювати діяльність від імені принципала — суб'єкта, торговельні інтереси якого він представляє (ч. 1 ст. 295 ГКУ та ч. 1 ст. 1000 ЦКУ) [2].

Таким чином, дропшипінг - це тристороння модель, в якій беруть участь постачальник, посередник і покупець. Продавець (посередник) здійснює

створення сайту інтернет-магазину, прийом замовлень. Постачальник - виробництво та/або доставку продукції безпосередньо покупцю. Покупець отримує товар та зобов'язаний оплатити його. Особливості договірних відносин у моделі дропшипінгу є і те, що товар не переходить у власність посередника, між виробником і посередником (дроппипером) договір купівлі-продажу не укладається. Право власності на товар переходить одразу від постачальника/виробника до покупця і уся відповідальність щодо товару покладається на виробника.

Відповідно до статті 6 Закону України «Про захист прав споживачів» продавець (виробник, виконавець) зобов'язаний передати споживачеві продукцію належної якості, а також надати інформацію про цю продукцію [3]. Аналіз статті 15 даного Закону вказує і на те, що споживач має право не тільки отримати всю належну інформацію про продукцію, але і про правовий статус дроппипера, виробника/постачальника. Як зазначає, Бронат Ю.В., на практиці під час реалізації товару такі посередники (дроппипери) не повідомляють покупців про свій правовий статус, обсяг персональної відповідальності та коло питань у межах відповідальності саме виробника/постачальника. Така ситуація призводить до того, що покупець під час купівлі товару може бути введений в оману щодо правового характеру правочину, який укладається між ним та іншою стороною, котру покупець і вважає виробником [4].

Веб - сайт продавця, який здійснює електронну комерцію повинен містити контактну інформацію про постачальника послуг і чітко вказувати будь-які договірні процедури та умови договору. Крім того, відповідно до ст. 5(1)(с) Директиви про права споживачів [5] інтернет-магазини також повинні інформувати споживачів про додаткові витрати на доставку, якщо товар імпортується до Європейського Союзу. Однак, наразі не існує зобов'язання для інтернет-магазинів інформувати споживачів про те, що замовлення відправляється безпосередньо від виробника.

Ще одне важливе право споживача, яке підлягає зловживанню з боку посередника (дроппипера) це – право споживачів на відмову від договору протягом 14 днів з моменту доставки замовлення і право на відшкодування у разі невідповідності товару, протягом двох років з моменту доставки. Відповідно до ст. 3 Директиви про несправедливі умови договорів [6] дроппипери не можуть виключати або обмежувати гарантійні права споживача або право на відмову від договору. Однак, на практиці часто трапляється так, що дроппипери не приймають відмову споживача від договору або гарантійну вимогу і бажання повернути замовлення, а натомість пропонують лише зниження ціни. Тому, така практика не відповідає чинному законодавству.

Зобов'язання щодо відповідальності посередника (дроппипера), передбачені також Директивою про несправедливі умови договорів, відповідно до якої, інтернет-магазини не можуть використовувати стандартні умови, які виключають відповідальність інтернет-магазину за шкоду, заподіяну продукцією, яку він продає споживачам, наприклад проблеми зі здоров'ям, спричинені продукцією (Додаток до ст. 3 (3) Директиви)[6]. Дроппипери, як

продавці товарів, несуть пряму відповідальність перед споживачами і не можуть перенаправити її до виробника. Це також стосується інфлюенсерів, які продають товари за допомогою дроппінгу в соціальних мережах.

Крім того, Директива про недобросовісну комерційну практику забороняє практику, що вводить в оману, наприклад, надання неправдивої інформації про товар, про якість товару, наслідки його використання або географічне розташування його виробника (ст. 6 Директиви). Інтернет-магазинам також не дозволяється використовувати агресивну практику, яка може вплинути на вибір споживача (ст. 8 Директиви) [7].

Отож, наразі відсутні ефективні механізми захисту прав споживачів в договірних відносинах з посередниками (дропперами) і не встановлені дієві санкції за порушення норм щодо укладення дистанційних договорів в інтернет мережі. Для дропперів, які не дотримуються зобов'язань щодо прав споживачів на інформацію та безпеку продукції, слід запровадити стримуючі санкції.

Зростаюча кількість інтернет-магазинів, що працюють за принципом дроппінгу, створює певні проблеми у належному здійсненні прав споживачів. І тільки нормативне закріплення санкцій та форм відповідальності сприятиме реалізації прав споживачів і захисту їх від ризиків, пов'язаних з дроппінгом.

Список використаних джерел:

1. Дроппінг: правові аспекти.
<https://ips.ligazakon.net/document/BZ015376>
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>
3. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
4. Бронат Ю.В. Державне регулювання відносин дроппінгу в Україні Таврійський науковий вісник. 2022. № 3. С.8-14.
5. 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/eli/dir/2011/83/oj>
6. Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/1993/13/oj/eng>
7. Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council ('Unfair Commercial Practices Directive'). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>