

УДК 001:34
ББК 27.96.67

**Державний вищий навчальний заклад
«Ужгородський національний університет»
Міністерства освіти і науки України**

**Електронне наукове видання
«Порівняльно-аналітичне право»**

№ 1, 2015

**Ужгородський національний університет
Ужгород 2015**

Рекомендовано до органікування Вченою радою
ДВНЗ «Ужгородський національний університет», протокол № 4 від 28 квітня 2015 року

Наказ Міністерства освіти і науки України № 463 від 25 квітня 2013 р.

Видання «Порівняльно-аналітичне право» є науковим фаховим виданням
в яких можуть публікуватися результати досліджень у галузях права та юридичних наук

ББК 72.96.67

УДК 001:34

Порівняльно-аналітичне право – електронне наукове фахове видання юридичного факультету ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

- Головний редактор:** **Бисага Юрій Михайлович** – доктор юридичних наук, професор, завідувач кафедри конституційного права та порівняльного правознавства юридичного факультету ДВНЗ «УжНУ»
- Заст. гол. редактора:** **Белов Дмитро Миколайович** – доктор юридичних наук, доцент, доцент кафедри конституційного права та порівняльного правознавства юридичного факультету ДВНЗ «УжНУ»
- Відповідальний секретар:** **Рогач Олександр Янович** – доктор юридичних наук, професор, професор кафедри конституційного права та порівняльного правознавства юридичного факультету ДВНЗ «УжНУ»
- Члени редакційної колегії:**
- Фазикоз Василь Георгійович** – кандидат юридичних наук, професор, завідувач кафедри цивільного права юридичного факультету ДВНЗ «УжНУ»
 - Ярема Василь Іванович** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри господарського права юридичного факультету ДВНЗ «УжНУ»
 - Семерак Олександр Созонович** – кандидат юридичних наук, професор, завідувач кафедри кримінального права юридичного факультету ДВНЗ «УжНУ»
 - Лемак Василь Васильович** – доктор юридичних наук, професор, член-кореспондент НАПрН України, завідувач кафедри теорії та історії держави і права юридичного факультету ДВНЗ «УжНУ»
 - Лазур Ярослав Володимирович** – доктор юридичних наук, професор, в.о. декана юридичного факультету ДВНЗ «УжНУ»
 - Сідак Микола Васильович** – доктор юридичних наук, професор, професор кафедри господарського права юридичного факультету ДВНЗ «УжНУ»
 - Бель Віктор Васильович** – доктор юридичних наук, професор, ректор Карпатського університету ім. А. Волошина
 - Федоренко Владислав Леонідович** – доктор юридичних наук, професор, заступник начальника Навчально-наукового інституту заочного та дистанційного навчання – декан юридичного факультету Національної академії внутрішніх справ
 - Севрюков Олександр Павлович** – доктор юридичних наук, професор, професор кафедри кримінального та конституційного права Люберецької філії Російського державного соціального університету (м. Люберці, Російська Федерація)
 - Кубічек Павел** – професор, доктор права, кандидат юридичних наук, декан юридичного факультету Університету Коменського в м. Братислава (Словацька Республіка)
 - Патакійова Марія** – професор, доктор права, кандидат юридичних наук, проректор Університету Коменського в м. Братислава (Словацька Республіка)
 - Марек Карел** – професор, доктор права, кандидат юридичних наук, професор кафедри підприємницького права юридичного факультету Університету Масарика в м. Брно (Чеська Республіка)
 - Гайніш Едіта** – доктор права, доктор філософії у сфері права, юридичний факультет Університету Коменського в м. Братислава (Словацька Республіка)
 - Жежихова Мартина** – кандидат юридичних наук, докторант юридичного факультету університету П.Й. Шафарика у м. Кошице (Словацька Республіка)
 - Ленгер Яна Іванівна** – кандидат юридичних наук, доцент кафедри конституційного права та порівняльного правознавства юридичного факультету ДВНЗ «УжНУ»
 - Ступник Ярослав Валерійович** – кандидат юридичних наук, доцент кафедри кримінально-правових дисциплін та міжнародного кримінального права ДВНЗ «УжНУ»

Видання «Порівняльно-аналітичне право» включено до переліку наукових фахових видань, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук з юридичних дисциплін.

Наказ Міністерства освіти і науки України № 463 від 25 квітня 2013 р.

Рекомендовано до опублікування Вченою радою ДВНЗ «Ужгородський національний університет», протокол № 4 від 28 квітня 2015 року

**РОЗДІЛ 3.
ЦИВІЛЬНЕ ПРАВО І ЦИВІЛЬНИЙ ПРОЦЕС;
СІМЕЙНЕ ПРАВО; МІЖНАРОДНЕ ПРИВАТНЕ ПРАВО**

УДК 366.5:658.893:004.738.5:338.46

**ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ПІД ЧАС ПРИДБАННЯ ПРОДУКЦІЇ
ЧЕРЕЗ МЕРЕЖУ ІНТЕРНЕТ**

**DEFENCE OF RIGHTS FOR USERS AT ACQUISITION
OF PRODUCTS THROUGH NETWORK THE INTERNET**

Письменна О.П.,

кандидат юридичних наук, доцент
Вінницького національного аграрного університету

Баранова О.С.,

студентка IV курсу кафедри менеджменту та права
Вінницького національного аграрного університету

Шкринда О.М.,

студентка IV курсу кафедри менеджменту та права
Вінницького національного аграрного університету

Статтю присвячено актуальній на сьогодні проблемі захисту прав споживачів у разі придбання товарів на відстані (в Інтернет – магазині). Визначено найбільш часті порушення, з якими стикаються споживачі в процесі реалізації своїх прав. Проаналізовано чинні нормативно – правові акти щодо захисту прав споживачів та регулювання діяльності підприємств, які здійснюють реалізацію товарів на відстані. Визначено відмінності у загальних підставах і порядку розірвання договору купівлі – продажу товарів та розірвання договору купівлі – продажу, укладеного на відстані. Запропоновано поради авторів щодо захисту прав споживачів в мережі Інтернет.

Ключові слова: захист прав споживачів, споживач, Інтернет-торгівля, договір, укладений на відстані, розірвання договору.

Статья посвящена актуальной на сегодня проблеме защиты прав потребителей в случае приобретения товаров на расстоянии (в Интернет – магазине). Определены наиболее частые нарушения, с которыми сталкиваются потребители в процессе реализации своих прав. Проанализированы действующие нормативно – правовые акты по защите прав потребителей и регулирования деятельности предпринимателей, осуществляющих реализацию товаров на расстоянии. Определены различия в общих основаниях и порядке расторжения договора купли – продажи товаров и расторжения договора купли – продажи, заключенного на расстоянии. Предложено советы авторов по защите прав потребителей в сети Интернет.

Ключевые слова: защита прав потребителей, потребитель, Интернет-торговля, договор, заключенный на расстоянии, расторжение договора.

The article is devoted to the problem today consumer protection when buying goods at a distance (online store). The most frequent violations faced by consumers in the implementation of their rights. Analyzed existing regulations on consumer protection and regulation of businesses engaged in the sale of goods in the distance. Determined differences in the common grounds and procedure for termination of the contract of sale of goods and termination of the contract of sale concluded at a distance. Tips authors proposed consumer protection on the Internet.

Key words: consumer protection, consumer, E-commerce, contract concluded at a distance, termination of the contract.

На сьогоднішній день придбання товарів, робіт і послуг через Інтернет набуває все більшого розповсюдження. Як справедливо зауважив один активний клієнт онлайн-комерції, «в Інтернет-магазині можна купити все, крім любові і Вітчизни». І це правда – сьогодні все більше покупок здійснюються за допомогою мережі Інтернет. Це швидко, зручно і часто дешевше, ніж в традиційних магазинах. Питання лише в тому, наскільки це безпечно, тобто, які є гарантії, що покупець не буде обдурений, купуючи, по суті, «кота в мішку»?

Умови, які пред'являють покупцеві роздрібної та Інтернет – торгівлі в Україні, нерідко ігнорують норми законів. Навіть у найкращих магазинах всіляко намагаються зменшити обсяг прав споживача. Тим більше в сфері електронної торгівлі, яка безперечно зручна, але набагато менш контрольована. Якщо в офлайн – магазинах досить розповсюджені ситуації, коли продавець намагається необгрунтовано звужити права споживача, то про сферу електронної торгівлі, яка, безперечно, є зручною, але набагато менше контрольованою, годі вже й говорити.

Серед сучасних порушень з боку Інтернет-магазинів можна виділити такі: відсутність інформації про продавця та інформації про порядок подання претензій в разі їх виникнення; відмова забезпечити заміну або гарантійний

ремонт товару; відмова у поверненні грошових коштів за товар неналежної якості; невідповідність товару до вимог нормативних актів; невідповідність документів, що супроводжують товар; зміна ціни товару під час його доставки тощо. Саме тому проблема захисту прав споживачів у сфері Інтернет – торгівлі набуває особливого значення. Аналіз скарг споживачів, які звернулися до ВГО «Союз споживачів України», дає підстави говорити про те, що переважна більшість звернень стосується порушення прав споживачів саме Інтернет – магазинами [1].

Проблемам захисту прав споживачів неодноразово приділялася увага у значній кількості досліджень як в Україні, так і за її межами. Так, останніми роками проблемі захисту прав споживачів приділяли увагу такі дослідники, як Л. М. Іваненко, С. А. Косінов, Г. А. Осетинська, О. П. Письменна та інші. Проте придбання товарів через Інтернет-магазини та проблеми, пов'язані з поверненням товару продавцю в разі виявлення недоліків або якщо товар просто «не підійшов», вимагають окремої уваги.

Незважаючи на значний внесок науковців, їх напрацювання не охоплюють усіх аспектів захисту прав споживачів, які придбавають товари та послуги через Інтернет, що дає змогу продовжувати наукові дослідження в цьому напрямку. Тому метою цієї статті є дослідження питання

як саме можна захистити права споживача, який придбав товар у Інтернет – магазині; які права йому належать; протягом якого строку споживач має право повернути річ, придбану в Інтернет-магазині, продавцю; чи може споживач повернути таку річ; чи існують важелі впливу на Інтернет-магазини, які б змусили їх виконувати законні вимоги споживачів.

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: дати визначення поняттю «Інтернет – торгівля»; проаналізувати сучасну нормативну базу, що регулює відносини між покупцем і продавцем товарів, робіт та послуг в Інтернеті та їх основні права; зазначити умови та підстави розірвання договорів купівлі – продажу товарів на відстані або поза торговельним чи офісним приміщенням; визначити умови та підстави повернення коштів за товар, куплений в Інтернет-магазині; з'ясувати порядок повернення товару, придбаного на відстані.

На сьогоднішній день Закон не містить визначення «Інтернет – торгівля», чи «Інтернет – комерція», тому доводиться звертатися до неофіційного визначення такої категорії. Інтернет – магазин – це інтерактивний веб-сайт, що рекламує товар або послугу; приймає замовлення щодо придбання; пропонує користувачеві вибір варіанту розрахунку; виписує рахунок щодо оплати, що є одночасно підтвердженням замовлення [2].

Відносини, що виникають між покупцем і продавцем товарів, робіт та послуг в Інтернеті не відрізняються від традиційних правил купівлі – продажу і регулюються, зокрема, положеннями Цивільного кодексу України та Закону України «Про захист прав споживачів» [3], а також відповідними нормативними актами щодо регулювання відносин з реалізації товарів у спеціальний спосіб. На сьогоднішній день немає спеціального закону, який би регулював електронну комерцію. Але це не означає, що електронна торгівля може здійснюватися поза правового поля. Згідно з роз'ясненням Міністерства економічного розвитку і торгівлі України у листі № 3502-05/43517-14 від 19.11.2012 р. суб'єкти господарювання, які здійснюють торгівлю за допомогою мережі Інтернет, повинні керуватися вимогами Правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями (далі по тексту – Правила) [4]. Звичайно, Інтернет-торгівля цілком підпадає під дію Закону України «Про захист прав споживачів». Крім зазначених нормативних актів, продавцях у сфері електронної комерції зобов'язаний керуватися і виконувати вимоги інших нормативно – правових актів, що регулюють торговельну діяльність.

На перший погляд Інтернет – магазин мало чим відрізняється від традиційної торговельної точки. Замість торгового залу у такого магазину є сайт, на якому розміщені каталог товарів, прайс-листи, контакти продавця. Всі товари знаходяться на складі, з якого покупець або сам їх забирає, або замовляє доставку поштою/кур'єром. Договір купівлі – продажу оформляється шляхом оформлення замовлення і виставлення рахунку, який може бути сплачений по – різному: післяплатою, готівкою на складі продавця або кур'єру, за допомогою розрахункової картки покупця або електронних грошей [5, с. 223]. Виходячи з цього, можна зробити однозначний висновок, що торгівлю через Інтернет цілком можна віднести до продажів товарів на замовлення, яка має деякі особливості, закріплені в Правилах продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями, затверджених наказом Мінекономіки № 103 від 19.04.2007 р. Якщо керуватися цим документом, Інтернет – торгівля має всі характерні риси продажу товарів на замовлення, оскільки в даному випадку споживач укладає договір купівлі – продажу товарів із продавцем на відстані за допомогою засобів дистанційного зв'язку або здійснює їх попереднє замовлення безпосередньо в продавця. До засобів дистанційного зв'язку в цьому контексті п. 1.2. Правил № 103

відносить телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, зокрема Інтернет, які можуть використовуватися для укладення договорів на відстані. Оскільки покупцем в Інтернет – магазині найчастіше є фізична особа, практично всі відносини в цій сфері підпадають під дію норм Цивільного кодексу України і Закону України «Про захист прав споживачів».

Такий спосіб укладання договору має значні переваги порівняно із загальним порядком, коли необхідно ходити по магазинах. Ці переваги полягають у наданні максимального об'єму інформації через Інтернет; проведенні за допомогою мінімальних зусиль порівняльного аналізу характеристик товару та цін, що пропонуються у різних Інтернет-магазинах; оплати товару без відвідування традиційного магазину [6].

Хоча певна частина українських споживачів користується таким способом купівлі або замовлення продукції, ще більша частина не використовує такий спосіб при укладанні договору купівлі – продажу. Причини цього різноманітні і не останнє місце серед них посідає така причина, як недовіра до Інтернет-магазину, побоювання, що замовлений та оплачений товар не буде вислано, або прийде не той товар, що замовлявся, або у разі виникнення якихось проблем їх не можна буде вирішити через даний Інтернет – магазин [7], одним словом – невпевненість у безпеці Інтернет – магазину. Практика свідчить, що випадки, описані вище, дійсно існують. Причому доволі часто буває складно розшукати продавця. Який не вказує на своєму сайті ані адреси, ані телефону [8]. На сайті може бути також невірно вказана інформація про товар, внаслідок чого споживач може придбати не ту продукцію, яка йому потрібно. Втім, якщо продавець й вдалося розшукати, то складно буде довести наявність правовідносин із ним. Таким чином, є велика імовірність порушень прав споживачів при укладанні ними таких угод.

Як було вже зазначено вище, на споживачів Інтернет-послуг чи товарів, як і на споживачів інших сфер комерції поширюється і норма Закону України «Про захист прав споживачів». Тому можна стверджувати те, що споживачі при придбанні продукції через мережу Інтернет, відповідно до статті 8 цього Закону «у разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку недоліків споживач, в порядку та у строки, що встановлені законодавством, мають право вимагати»: 1. пропорційного зменшення ціни; 2. безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк; 3. відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

Якщо товар придбаний в Інтернет-магазині не підійшов, то споживач має право розірвати укладений на відстані договір шляхом повідомлення продавця про це протягом чотирнадцяти днів з моменту підтвердження інформації або з моменту одержання товару чи першої поставки товару. (п. 1.6. Правил). Аналіз вказаного пункту Правил дає підстави говорити, що в разі придбання товару в Інтернет-магазині, на відміну від загального правила, можливість розірвання договору купівлі – продажу не ставиться в залежність від певних обставин, і покупець не зобов'язаний обґрунтовувати причину повернення товару (не підійшов за розміром, кольором тощо), як цього зазвичай вимагають в офлайн-магазинах. Також не виділяється окремо така підстава для розірвання договору купівлі – продажу товару, як виявлення недоліків придбаного товару. Тому вбачається, що в разі виявлення недоліків придбаного товару покупець має право на його повернення та розірвання договору купівлі – продажу без проведення попередньої перевірки та встановлення провини виробника в їх наявності. Однак у вказаному порядку такі дії мають бути вчинені не пізніше ніж протягом 14 днів з моменту підтвердження інформації, визначеної у п. 1.6. Правил, або з моменту одержання товару чи першої поставки товару.

Продавець повинен повернути сплачені гроші та відшкодувати витрати, понесені споживачем у зв'язку з поверненням продукції, протягом тридцяти днів з моменту одержання повідомлення споживача про недійсність договору (п. 1.7. Правил). Таким чином, видається, що споживач, який купує товар у Інтернет – магазині, може легко захистити свої права. Проте труднощі виникають із доказуванням факту укладення договору на відстані, придбання чи замовлення товару через мережу Інтернет, коли у набувача відсутній договір купівлі-продажу в паперовій формі.

Згідно з Правилами продаж товарів на замовлення – вид торгівлі, за якої споживач укладає договір купівлі – продажу товарів із продавцем на відстані за допомогою засобів дистанційного зв'язку або здійснює їх попереднє замовлення безпосередньо в продавця. Під це визначення прекрасно підходять відносини, що виникають між продавцем і покупцем у сфері електронної комерції. Таким чином, продавець (Інтернет-магазин) повинен письмово або за допомогою електронного повідомлення надати споживачеві інформацію про: 1) найменування продавця, його місцезнаходження та порядок прийняття претензій; 2) основних характеристиках товару; 3) ціною, включаючи плату за доставку та умови оплати; 4) гарантійні зобов'язання та інші послуги, пов'язані з утриманням чи ремонтом товару; 5) інші умови поставки або виконання договору; 6) мінімальну тривалість договору, якщо він передбачає періодичні поставки товару; 7) період прийняття пропозицій; 8) порядок розірвання договору.

Варто відмітити те, що у разі ненадання такої інформації суб'єкт господарювання несе відповідальність згідно із статтями 15 і 23 Закону України «Про захист прав споживачів».

Також Правила зобов'язують:

1) вказати час прийому та видачі замовлень (доставка замовлень проводиться в узгоджений зі споживачем час);

2) на вимогу споживача надати документи, що підтверджують якість, безпеку та ціну товарів. Покупцеві Інтернет-магазину разом з товаром в обов'язковому порядку видається розрахунковий документ установленої форми на повну суму проданої продукції, який засвідчує факт купівлі товару та/або надання послуги.

Правилами чітко встановлено, що продавець зобов'язаний забезпечити технічне обслуговування та гарантійний ремонт реалізованих товарів. Тому і в електронній комерції відсилати покупця в сервісний центр на інший кінець міста зі словами «ми ремонтом не займаємося» – некоректно, оскільки покупець має право сам вибрати, куди йому звернутися: до продавця або в сервісний центр. Але при покупці товару, що вимагає професійної установки або серйозного технічного обслуговування, не зайвим буде перевірити надані телефони сервісних та/або технічних служб на предмет реальності існування таких служб та їх готовності виконувати відповідні роботи.

Порядок повернення товару, придбаного на відстані, законом чітко не врегульований. Повернення товару – окремий рядок «правотворчості» Інтернет-магазинів. Зазвичай на практиці під час повернення товару до офлайн-магазину слід заповнити відповідний бланк заяви із позначенням паспортних даних та причин розірвання договору купівлі – продажу. Інтернет – магазин під час доставки товару може додати до замовлення відповідний бланк, який слід заповнити для того, щоб повернути товар, після чого товар відправляється за адресою для повернення товарів, вказаною на сайті, якщо така є та якщо обов'язок такої відправки передбачений договором. Це правило застосовується до товарів, відправлених поштою (ч. 3 п. 1.10. Правил). За загальним же правилом покупець не зобов'язаний відправляти товар поштою, а згідно із ч. 2 п. 1.10. Правил повинен лише повідомити продавця про місце, де товар може бути повернений. На жаль, на прак-

тиці вказаного правила не завжди дотримуються, і покупець не лише не може «повідомити продавця про місце, де товар може бути повернений», але на додаток ще змушений вживати заходів до розшуку продавця, аби вручити йому товар та отримати свої кошти.

Що стосується повернення коштів за товар, куплений в Інтернет – магазині, то в разі розірвання договору та порушення строків повернення сплаченої суми грошей за товар споживачеві виплачується неустойка в розмірі одного відсотка вартості товару за кожний день затримки повернення коштів.

Так, одним із вагомих прав, що належать усім без винятку споживачам, є право на захист свого суб'єктивного права. Суб'єктивне право на захист можна визначити, як міру дозволеної поведінки уповноваженої особи, виражену в можливості самостійно або за допомогою юрисдикційних органів застосовувати стосовно зобов'язаної особи заходи державно – примусового характеру з метою усунення перешкод у здійсненні регулятивного суб'єктивного права чи повернення його до колишнього стану [9, с. 142].

Отже, безспірним виступає той факт, що клієнти Інтернет-магазинів мають можливість захистити свої права у суді шляхом надсилання скарг до територіального управління захисту прав споживачів і до прокуратури. Однак для цього потрібно мати достатньо інформації про продавця товару.

Купуючи товари в через Інтернет, необхідно: уважно вивчати інформацію про товар і послуги, місцезнаходження продавця; вимагати та зберігати чеки й інші документи, що підтверджують факт покупки; перевірити чи зазначені в чеку назва товару, сума, продавець, його адреса й ідентифікаційний код (більшість Інтернет-продавців зареєстровані як фізичні особи – підприємці); звіряти інформацію на чеку й гарантійному талоні на відповідність печаток, перевіряти правильність заповнення гарантійного талону.

Висновки. Отже, з вищесказаного можна сказати, що Інтернет-магазини можна охарактеризувати як глобальний віртуальний електронний ринок, що не має яких-небудь територіальних чи тимчасових обмежень, що дозволяє робити постійну покупку товарів, чи замовляти виконання певних послуг.

На сьогодні попри намагання законодавця врегулювати проблемні питання, пов'язані з укладенням договорів купівлі – продажу товарів на відстані або поза торговельним чи офісним приміщенням, у сфері захисту прав споживачів існує безліч проблем, що потребують вирішення. Зокрема, це проблеми, пов'язані з визначенням місця знаходження продавця, який, незважаючи на встановлену п. 1.6. Правил вимогу щодо інформування покупця про своє місцезнаходження та порядок прийняття претензій, часто просто ігнорує її; проблеми, пов'язані з виконанням продавцем вимоги щодо відшкодування коштів за повернення товарів продавцю, які також майже завжди ігноруються продавцями, та ряд інших. Укладення дистанційних договорів та їх виконання також вимагають спеціального законодавчого регулювання.

Доцільно також буде запропонувати поради для захисту своїх прав як споживачів у мережі Інтернет:

- Потрібно намагатись використовувати кредитні картки. Кредитні

картки пропонують більш досконалий захист від несанкціонованих покупок. Поширений метод захисту ваших грошей на картковому рахунку від Інтернет – шахраїв – це встановлення ліміту на розрахунки картою в Інтернеті.

- Не слід викидати квитанції після покупки і бути пильними при виборі товару – основні поради для покупців, які хочуть щось придбати через Інтернет. Адже навіть якщо ви стали жертвою Інтернет – шахрая, свої права відстояти можна. Наприклад, відповідно до Закону України «Про захист прав споживачів», товар можна повернути

протягом 14 днів із моменту покупки, якщо його не використували, упаковка не пошкоджена і має чеки та інші документи. Не варто викидати квитанцію про здійснення покупки, адже саме вона підтверджує факт купівлі того чи іншого товару.

Згідно п. 11 ст. 8 Закону України «Про захист прав споживачів» вимоги споживача розглядаються після пред'явлення споживачем розрахункового документа, а щодо товарів, на які встановлений гарантійний строк, – технічного паспорту або іншого документа, який його заміняє, з позначкою про дату продажу. При продажі товару продавець зобов'язаний видати споживачеві роз-

рахунковий документ установлені форми, що засвідчує факт покупки, з оцінкою про дату продажу; це відноситься і до покупок, здійснених в Інтернет – магазинах.

Тому завжди необхідно зберігати товарний (касовий) чек, квитанції, жетони, акти виконаних робіт, також бажано зберігати свідоцтва суб'єктів підприємницької діяльності, фотографії, відеокадри, записи на диктофоні, усе, що може підтвердити факт покупки. Чим більше таких документальних доказів, тим більше шансів на успіх для відстоювання своїх прав у випадку їх порушення.

• Потрібно завжди перевіряти чи надійний Інтернет – магазин і компанія.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Книга скарг / Всеукр. громад. організація «Союз споживачів України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://consumerunion.com.ua/ua/kniga_skarg/page/10.htm.
2. Словарь по естественным наукам. Гласарий. ru / Интернет-магазин [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://slovari.yandex.ru/dict/gl_natural/article/13/136_79.NTM.
3. Про захист прав споживачів : закон України від 12.05.1991 № 1023-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.
4. Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями: затв. наказом Міністерства економіки України від 19.04.2007 № 103 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1181-07>.
5. Михалев А. С. Права споживачів при купівлі товарів через Інтернет – магазин [Текст] / А. С. Михалев, В. В. Мельник // Сучасні інформаційні системи і технології: матеріали Першої міжнародної науково – практичної конференції, м. Суми, 15-18 травня 2012 р. / Ред. кол.: А. С. Довбиш, О. А. Борисенко, І. В. Баранова. – Суми: СумДУ, 2012. – С. 222-225.
6. Успенский И. В. Интернет-маркетинг: [ученик] / И. В. Успенский. – СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.aup.ru/books/m80/5.htm>.
7. Достоинства и недостатки Интернет – магазинов с точки зрения потребителей [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.masters.donntu.edu.ua/2005/fvti/kartavenko/library/9/lib9.htm>.
8. Как защитить покупателей, которые приобретают товары через интернет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.atelie.com.ua/?do=page&id=103>.
9. Письменна О. П. Правовідносини, що виникають у зв'язку з порушенням прав споживачів внаслідок недоліків товарів, робіт (послуг). [монографія]. – Вінниця: Видавництво «Вінницька газета», 2009. – 160 с.

УДК 341.9 (075)

СПЕЦІАЛЬНІ ПРАВИЛА ВСТАНОВЛЕННЯ ДОГОВІРНОГО СТАТУТУ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ

SPECIAL CONFLICT RULES FOR DETERMINING THE STATUTE OF THE CONTRACTUAL OBLIGATIONS

Борт О.П.,

*здобувач кафедри міжнародного права та міжнародних відносин
Національного університету «Одеська юридична академія»*

У статті досліджуються спеціальні правила встановлення договірному статусу окремих видів зобов'язань. Ідея спеціального регулювання ряду договорів, обумовленого специфікою змісту та суб'єктного складу зобов'язання, знайшла підтримку в доктрині та в уніфікованому колізійному регулюванні. Зазначені винятки є вираженням консолідованого переконання, що запобігання використанню економічної переваги однієї зі сторін у договірному зобов'язанні не може бути зроблене тільки на рівні матеріального права, але вимагає відповідного захисного регулювання також і в колізійній площині.

Ключові слова: договірний статут, зовнішньоекономічний договір, колізійне регулювання, закон найбільш тісного зв'язку, автономія волі.

В статье исследуются специальные правила установления договорного статуса отдельных видов обязательств. Идея специального регулирования ряда договоров, обусловленного спецификой содержания и субъектного состава обязательства, нашла поддержку в доктрине и в унифицированном коллизионном регулировании. Указанные исключения являются выражением консолидированного убеждения, что предотвращение использования экономического превосходства одной из сторон в договорном обязательстве не может быть сделано только на уровне материального права, но требует соответствующего защитного регулирования также и в коллизионной плоскости.

Ключевые слова: договорной статут, внешнеэкономический договор, коллизионное регулирование, закон наиболее тесной связи, автономия воли.

The article examines special conflict rules for determining statute of certain types of contractual obligations. The idea of a special conflict regulation for a number of contracts, due to specific content and subject structure of liabilities, was supported in doctrine and in a uniform conflict regulation. This exception is an expression of consolidated beliefs that prevention for use of economic superiority of one of parties in commitments cannot be done only at level of substantive law, but it requires appropriate protective regulation also in collision plane

Key words: contractual statute, foreign trade agreement, conflict regulation, proper law, autonomy of wills.