

УДК 346.9:347.121.2

Бондарчук М. Є.

marybond5813@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5895-4868

Researcher ID CAF-1856-2022

*к.е.н., доцент кафедри підприємництва і торгівлі,
Національний університет "Одеська політехніка", м. Одеса*

ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ

***Анотація.** Інтернет-торгівля є відносно новою сферою управління бізнесом та цифровими технологіями, що постійно розвивається. Значний поштовх інтернет-торгівлі надав глобальний спалах пандемії COVID-19, що революціонізувало роботу багатьох підприємств. Наразі споживачі мають доступ до безпрецедентного вибору товарів і послуг. Але так само великими, як потенційні переваги інтернет-торгівлі, є виклики, з якими стикаються споживачі. Довіра споживачів є однією з основних передумов успіху інтернет-торгівлі. Законодавство щодо регулювання інтернет-торгівлі спрямоване на зменшення та усунення викликів, з якими стикаються онлайн-споживачі. В процесі купівлі-продажу товарів в інтернет-торгівлі споживачі з продавцем (виконавцем) укладають договір на відстані. В залежності від вартості товару формою правочинів може бути усна або ж письмова. Законом України «Про захист прав споживачів» регламентовані права та обов'язки споживачів та продавців у разі укладення договору на відстані, відповідальність у разі порушення прав споживачів, засоби їх правового захисту (ремонт, заміна (обмін), відшкодування вартості), порядок та особливості обміну товарів, розірвання договорів при здійсненні інтернет-купівель. Для дотримання прав споживачів законодавством передбачено судовий захист. В роботі визначено наявність низки неврегульованих питань щодо захисту споживчих прав у сфері інтернет-торгівлі. Задля вдосконалення системи захисту прав онлайн-споживачів в Україні заплановано декілька ініціатив. Окрім внесення змін до Законів України «Про електронну комерцію», «Про захист прав споживачів» Міністерством цифрової трансформації передбачено створення «Єдиного реєстру продавців у сфері електронної комерції», платформи служби підтримки споживачів «e-Споживач». Держспоживслужбі надаватимуться повноваження щодо присвоєння суб'єктам господарювання статусу «Перевірений продавець» та можливість звернення до провайдерів інтернет-послуг щодо обмеження доступу до веб-сайтів суб'єктів, що провадять нечесну підприємницьку практику або яких неможливо ідентифікувати.*

Ключові слова: споживач, права споживачів, інтернет-торгівля, товар, інтернет-магазин.

Bondarchuk Mariia

marybond5813@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5895-4868

Researcher ID CAF-1856-2022

*Ph.D., Associate Professor at the Department of Entrepreneurship and Trade,
Odessa Polytechnic National University, Odessa*

FEATURES OF THE PROTECTION OF CONSUMER RIGHTS IN INTERNET TRADE

***Abstract.** Internet trade is a relatively new field of business management and digital technology that is constantly evolving. A significant boost to e-commerce was provided by the global outbreak of the COVID-19 pandemic, which revolutionized the work of many businesses. Currently, consumers have access to an unprecedented choice of goods and services. But just as great as the potential benefits of online shopping are the challenges that consumers face. Consumer trust is one of the main prerequisites for the success of internet trade. Legislation to regulate internet commerce aims to reduce and eliminate the challenges faced by online consumers. In the process of buying and selling goods in Internet trade, consumers conclude a contract with the seller (executor) at a distance. Depending on the value of the goods, the form of transactions can be oral or written. The Law of Ukraine "On the Protection of Consumer Rights" regulates the rights and obligations of consumers and sellers in the event of concluding a contract at a distance, responsibility in the event of violation of consumer rights, means of their legal protection (repair, replacement (exchange), reimbursement),*

procedure and features exchange of goods, termination of contracts when making online purchases. In order to observe the rights of consumers, the legislation provides for judicial protection. The paper identifies the presence of a number of unsettled issues regarding the protection of consumer rights in the field of Internet trade. In order to improve the system of protection of the rights of online consumers in Ukraine, several initiatives are planned. In addition to making changes to the Laws of Ukraine "On Electronic Commerce" and "On Protection of Consumer Rights", the Ministry of Digital Transformation provides for the creation of the "Unified Register of Sellers in the Field of Electronic Commerce", the "e-Consumer" consumer support service platform. The State Service of Ukraine for Food Safety and Consumer Protection will be empowered to grant economic entities the status of "Verified Seller" and the possibility of applying to Internet service providers to restrict access to the websites of entities that engage in dishonest business practices or which cannot be identified.

Key words: consumer, consumer rights, online trade, product, online store.

JEL Classification: F10, F19, I31, L81, M29

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2022-33-02>

Постановка проблеми. Пандемія COVID-19 зумовила появу багатьох зрушень, низка з яких матимуть довгостроковий суспільний вплив. Цифрові технології розглядаються як частина цих масштабних системних зрушень, що змінили спосіб життя, а COVID-19 став каталізатором, який змінив поведінку та підштовхнув споживачів у простір онлайн-покупок. Зовнішній світ став місцем невизначеності, обережності та соціального дистанціювання, виявляючи численні переваги інтернет-торгівлі для компаній і споживачів.

Швидкий і легкий доступ зробив інтернет-торгівлю кращим способом ведення бізнесу на сьогодні. Завдяки наявному різноманіттю товарів, конкурентоспроможним цінам, відгукам інших покупців, споживачі, які роблять покупки онлайн, здебільшого, мають вичерпну інформацію для прийняття рішення про покупку та, за бажанням, можуть здійснити її відразу.

Підприємства також отримують вигоду від розміщення товарів в Інтернеті. Як великі, так і малі підприємства можуть використовувати інтернет-торгівлю для збільшення охоплення, включаючи міжнародну аудиторію. Маркетинг і підтримка клієнтів через веб-сайти, соціальні мережі, блоги є дешевшими та прогресивнішими альтернативами порівняно з традиційними платними рекламними кампаніями. Analytics також полегшила відстеження вподобань клієнтів і доставку персоналізованих повідомлень [1].

Однак очевидно, що онлайн-споживачі стикаються з багатьма неминучими викликами в Інтернеті частіше, ніж офлайн-споживачі, зокрема щодо порушення їхніх споживчих прав. Кожен споживач має низку прав, незалежно від того, чи купує він онлайн чи офлайн, включаючи право на інформацію, право на відшкодування, право на конфіденційність тощо. Тим не менш, онлайн-споживачі є більш уразливими до порушення прав у віртуальному ринку, оскільки вони мають справу з невідомими продавцями [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням визначення термінологічно-понятійного апарату, перевагам та недолікам, основним засадам організації та ведення електронної та інтернет-торгівлі, тенденціям їх розвитку присвячено роботи таких науковців, як: Бали Д., Буй Т., Гаврилів І., Клементя Дж., Краус К., Краус Н., Козака Ф., Кондрашова С., Куклінової Т., Лакізи В., Лисенка Ю., Манжури О., Новицького А., Познякова С., Танасюк П., Форрестера Дж., Хижняка О. та ін. Проте недостатньо дослідженими залишаються механізми правового регулювання питань захисту прав споживачів при здійсненні інтернет-торгівлі.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у вивченні особливостей захисту прав вітчизняних споживачів в інтернет-торгівлі

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтернет-торгівля є підмножиною електронного бізнесу та відноситься до способу торгівлі товарами та послугами через Інтернет. Інтернет-торгівля працює аналогічно будь-якому офлайн-магазину. Єдина відмінність полягає в тому, що інтернет-магазин працює через Інтернет і не обмежується жодною географічною територією чи регіоном.

Галузь інтернет-торгівлі є однією із найдинамічніших секторів сучасної економіки, оскільки кількість споживачів, які купують товари та послуги через Інтернет, продовжує стрімко зростати. Інтернет-торгівля все ще залишається відносно новою сферою діяльності, і споживачі не настільки впевнені в ній, як у реальних покупках. Важливим компонентом довіри суспільства до інтернет-торгівлі є очікування чесної поведінки в онлайн-просторі. Коли споживачі захищені, вони більше довіряють та беруть участь в економічній системі.

Сучасні цифрові споживачі мають доступ до безпрецедентного вибору товарів і послуг. Інтернет-торгівлі властиві як потенційні переваги

так і виклики, з якими стикаються споживачі. В онлайн-просторі споживачі зіштовхуються з різними проблемами, як от нечесна торгова практика, оманлива реклама, мовні бар'єри, пропозиції анонімних електронних торговців, невизначеність якості товару, незрозуміла політика відшкодування, відсутність чіткої та достатньої інформації щодо продавця; відсутність ідентичності суб'єктів електронної комерції; тривала і виснажлива процедура повернення коштів; безпека та крадіжка персональних даних і онлайн-шахрайство; запізнення, відсутність доставки або доставка дефектних товарів без будь-якої політики обміну чи відшкодування; необізнаність споживачів щодо своїх прав та обов'язків тощо [3; 4]. Інтернет-торгівля має багато як переваг, так і недоліків не тільки для споживачів, але й для держави та продавців (виробників) (рис. 1).

Правовідносини у сфері інтернет-торгівлі регулюються положеннями Конституції України, Господарського кодексу України, Цивільного кодексу України, Законів України: «Про електронну комерцію», «Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», «Про захист персональних даних» тощо.

В процесі купівлі-продажу товарів в інтернет-торгівлі споживачі, що купують товари або ж послуги, укладають договір з продавцем. Пунктами 8 та 11 ст. 1 Закону України «Про захист прав споживачів» придбання товарів через Інтернет вважається договір, укладений на відстані продавцем (виконавцем) із споживачем за допомогою засобів дистанційного зв'язку, до яких належать телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення та інформаційні мережі, зокрема Інтернет [6].

Положеннями ст. 208 Цивільного Кодексу України визначено порядок оформлення договорів (правочинів). Формами правочинів є усна та письмова. Правочини між фізичною та юридичною особою, між фізичними особами на суму, що перевищує 340 грн. (понад двадцять неоподатковуваних мінімумів доходів громадян) та у разі збігання етапу оплати й отримання товару незалежно від вартості покупки і продавця (доставки замовлення кур'єром магазину, що прийматиме оплату) мають вчинятися у письмовій формі [7].

Як сторони угоди, покупець (споживач) і продавець мають певні юридичні права та обов'язки. Відповідно до ст. 4 Закону «Про захист прав споживачів» споживачі під час купівлі в інтернет-магазині мають право на захист своїх прав державою; належну якість та безпечність продукції, обслуговування; необхідну інформацію держав-

ною мовою щодо кількості, якості, асортименту, виробника (виконавця, продавця) товару; на компенсацію за завдану шкоду від купівлі недоброякісного чи дефектного товару; звернення до суду та інших уповноважених державних органів за захистом порушених прав. Обов'язками покупця є прийняття товару, сплата за нього певної грошової суми, ознайомлення з правилами експлуатації та подальша належна експлуатація [6].

В свою чергу продавець зобов'язаний передати товар покупцеві у встановленій договором кількості; асортименті; комплектності; належної якості; надати документи, які засвідчують належний рівень якості товару; забезпечити технічне обслуговування та гарантійний ремонт [6].

Статтею 13 чинної редакції Закону «Про захист прав споживачів» регулюються права споживачів у разі укладення договору на відстані. Законом [6] визначено перелік інформації, який обов'язково має бути доведений споживачеві перед покупкою товару в інтернет-магазині: найменування продавця, його місцезнаходження, порядок прийняття претензій; основні характеристики продукції; ціну, включаючи плату за доставку та умови оплати; гарантійні зобов'язання; інші умови поставки; період прийняття пропозицій; порядок розірвання договору. Якщо вартість доставки неможливо розрахувати до укладення договору, про це слід повідомити споживача. У відповідних випадках необхідно вказати прийнятні способи оплати разом із приблизним кінцевим терміном доставки.

З точки зору інтернет-торгівлі, за якої споживач не може побачити або перевірити якість товару, його право на інформацію є життєво важливим. Тому електронні торговці повинні надавати чітку інформацію, щоб клієнти могли приймати обґрунтовані рішення щодо своїх покупок. Підприємства, які працюють в Інтернеті, повинні надавати своїм клієнтам інформацію перед укладенням договору. Чинним законодавством передбачена відповідальність у разі відсутності належного обсягу інформації – на власника інтернет-магазину накладатиметься штраф у розмірі 30% вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи (наданої послуги), але не менше 85 грн. (5 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян). Якщо ж суб'єкт господарювання не здійснює обов'язковий облік доходів і витрат – у розмірі 85 грн. (5 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян) [6].

У разі отримання споживачем означеного переліку інформації інтернет-магазин повинен підтвердити замовлення письмово або за допомогою електронного повідомлення – інформації, наданої споживачеві через телекомунікаційні мережі, що може бути у будь-який спосіб відтворена або збережена споживачем в електронному вигляді [6].



Рис. 1. Переваги та недоліки інтернет-торгівлі для суб'єктів електронного ринку
Джерело: побудовано на основі [5]

П. 6 ст. 13 Закону «Про захист прав споживачів» зазначено, що продавець повинен поставити споживачеві товар протягом прийнятного строку, але не пізніше тридцяти днів з моменту одержання згоди споживача на укладення договору, якщо інше не передбачено договором. Якщо замовлений товар відсутній і неможливо виконати договір продавець повинен негайно повідомити про це споживача, але не пізніше тридцяти днів з моменту одержання згоди споживача на укладення договору [6].

Споживач має право на певні засоби правового захисту у випадку, якщо товари, які він отримує, не мають належного рівня якості, не відповідають призначенню або не відповідають наданому опису. Засобом захисту може бути ремонт, заміна (обмін) або відшкодування вартості.

В договорі, укладеному на відстані, продавцем можлива заміна товару в разі його відсутності іншим товаром. Заміна товару можлива у разі відповідності меті використання іншого товару, а ніж замовленого або у випадку вищої якості товару при не перевищенні ціни попередньо замовленого товару [6].

Законом України «Про захист прав споживачів» передбачено порядок обміну товару при здійсненні інтернет-купівель. Проте, обміну підлягають лише непродовольчі товари. Постановою Кабінету Міністрів України «Про реалізацію окремих положень Закону України «Про захист прав споживачів» [8] затверджено перелік непродовольчих товарів, що є виключеннями, та не підлягають обміну та поверненню: фотоплівки, фотопластинки, фотографічний папір, корсетні товари, парфюмерно-косметичні вироби, пір'яно-пухові вироби, дитячі іграшки м'які, дитячі іграшки гумові надувні, зубні щітки, мундштуки, апарати для гоління, помазки для гоління, розчіски, гребенці та щітки масажні, сурдини, скрипічні підборіддя, рукавички, тканини, тюлегардинні і мереживні полотна, килимові вироби метражні, білизна натільна, постільна, панчішно-шкарпеткові вироби, товари в аерозольній упаковці, друковані видання, лінійний та листовий металопркат, трубна продукція, піломатеріали, погонажні (плінтус, наличник), плитні матеріали (деревноволокнисті та деревностружкові плити, фанера) і скло, нарізані або розкромлені під розмір, визначений покупцем (замовником), аудіо-, відеокасети, диски для лазерних систем зчитування із записом, вироби з натурального та штучного волосся (перуки), товари для немовлят, інструменти для манікюру, педикюру, ювелірні вироби з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення та напівдорогоцінного каміння. Також обміну та поверненню не підлягають продовольчі товари, лікарські препарати та засоби, предмети

сангігієни. Взагалі, з 2014 р. дія Закону України «Про захист прав споживачів» не розповсюджується на сферу харчових продуктів, що позбавило споживачів цієї продукції захисту їх економічних прав.

Обміняти непродовольчий товар можна на інший аналогічний за якістю і вартістю або повернути його у випадку якщо товар не був у використанні і якщо збережено його товарний вигляд, споживні властивості, пломби, ярлики, а також розрахунковий документ, виданий споживачеві разом з проданим товаром протягом 14 днів, не рахуючи дня купівлі, якщо більш тривалий термін не оголошений продавцем.

У разі відсутності товару на заміну споживач може дочекатися наявності потрібного товару, обрати будь-який інший товар за такою ж ціною або з перерахунком вартості або ж повернути назад сплачені кошти. Розрахунок проводиться виходячи з вартості товару на момент придбання.

Також споживач впродовж 14 днів має право розірвати договір купівлі-продажу, укладений через Інтернет із моменту підтвердження інформації про укладення договору від продавця або з моменту одержання товару чи його першої поставки. В такому випадку продавець повинен повернути сплачені гроші без затримки не пізніше тридцяти днів з моменту повідомлення споживачем про розірвання договору. Споживач має право не повертати продукцію або результати роботи чи послуги до моменту повернення йому сплаченої суми грошей. У разі розірвання такого договору споживач повинен повідомити продавця про місце, де продукція може бути повернена. Якщо товари були надіслані поштою, повертатися вони мають також поштою. Будь-які витрати, пов'язані з поверненням продукції, покладаються на продавця, то ж продавець повинен відшкодувати споживачеві витрачені на повернення товару кошти. У випадку розірвання договору та неповерненню коштів продавцем товару впродовж встановлених строків покупець має право нараховувати неустойку у розмірі 1% від вартості продукції (послуги) за кожний день затримки повернення коштів [6].

У разі розірвання договору купівлі-продажу товарів через Інтернет обов'язок споживача зберігати у себе товар припиняється по закінченні 60 днів після її одержання. Якщо продавець не вживає заходів для повернення її собі протягом зазначеного періоду, така продукція переходить у власність споживача безоплатно.

Якщо споживачеві не надано документ (електронний документ), який засвідчує факт здійснення правочину, такий правочин не є підставою для виникнення обов'язків для споживача. У разі відсутності документа (електронного документа) або підтвердження інформації споживач повідо-

мляє продавця про недійсність договору. Продавець впродовж 30 днів з моменту одержання такого повідомлення повинен повернути споживачеві отримані кошти та відшкодувати витрати, понесені споживачем у зв'язку з поверненням продукції. Для цього споживач повинен зберігати одержану продукцію у незмінному стані. Знищення, пошкодження або псування продукції, що сталося не з вини споживача, не позбавляє споживача права на розірвання договору. Зменшення вартості продукції внаслідок відкриття упаковки, огляду чи перевірки продукції не позбавляє права споживача на розірвання договору [6].

Заразом, існують виключення щодо можливості повернення товарів продавцеві. Так, ст. 13 Законом України «Про захист прав споживачів» визначено обставини, за яких споживач не має права розірвати договір [6]:

- надання послуги або поставка товару електронними засобами зв'язку за згодою споживача відбулися до закінчення строку розірвання договору, про що споживачеві було повідомлено у підтвердженні інформації;
- ціна товару або послуги залежить від котировок на фінансовому ринку;
- договір стосується виготовлення або переробки товару на замовлення споживача, тобто якщо товар не може бути проданий іншим особам або може бути проданий лише з істотними фінансовими втратами для продавця (виконавця);
- споживач відкрив аудіо- чи відеокасету або носій комп'ютерного забезпечення, які постачаються запечатаними;
- договір стосується доставки періодичних видань, лотерей чи інших азартних ігор.

Якщо все ж таки права споживача порушено доцільно оформити письмову претензію до продавця та звернутись до правоохоронних органів, Державної служби України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів із заявою про шахрайство.

У разі отримання споживачем відмови на свою претензію дієвим способом захисту своїх прав буде звернення до суду. Споживачі не сплачують судовий збір за позовами, що пов'язані з порушенням їх прав [6].

Проведений аналіз законодавчих інструментів, що регулюють захист прав споживачів в Україні, свідчить про те, що їх ніби достатньо, проте на практиці більшість норм не працює. Реформування органів державного нагляду щодо захисту прав споживачів фактично розмило механізм контролю над недобросовісним бізнесом через відсутність повноважень уповноваженого органу [9]. Поточна редакція Закону України «Про захист прав споживачів» має низку нерегульованих питань щодо захисту споживчих прав у сфері інтернет-торгівлі, зокрема відсутність інформації,

необхідної для ідентифікації товару та суб'єкта господарювання, що унеможливає здійснення заходів державного нагляду (контролю) Державною службою України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів [10]. Також вирішення споживчих спорів в угодах інтернет-торгівлі вимагає створення відповідного механізму захисту прав онлайн-споживачів.

У сучасному глобальному бізнес-середовищі компанії повинні враховувати транскордонний характер інтернет-торгівлі та враховувати різні правила ринків, на які вони спрямовані. Хоча це здається складним завданням, ключові права споживачів і гарантії захисту в Україні мають бути гармонізовані з законодавством Європейського Союзу.

Для посилення контролю над сферою інтернет-торгівлі, удосконалення механізмів захисту прав споживачів, вироблення прозорості взаємодії бізнесу та громадян у сфері інтернет-торгівлі в Україні заплановано кілька ініціатив. Міністерством цифрової трансформації розроблено проект закону «Про внесення змін до Закону України «Про електронну комерцію», що передбачає створення «Єдиного реєстру продавців у сфері електронної комерції», запровадження механізму перевірки достовірності даних продавців шляхом введення добровільної ідентифікації і верифікації та встановлення відповідальності за надання недостовірних даних [11].

З метою гармонізації вітчизняного законодавства з європейським та врегулювання прав споживачів у сфері інтернет-торгівлі наприкінці 2020 р. урядом подано проект Закону «Про захист прав споживачів». Новою редакцією Закону «Про захист прав споживачів» [12, 13] пропонується:

- поширити дію закону на сферу харчової продукції в частині економічних прав споживача (у разі порушення умов договору купівлі-продажу (доставки);
- визначити права та обов'язки споживачів в інтернет-торгівлі;
- при здійсненні інтернет-торгівлі визначити перелік інформації про продукцію та суб'єкта господарювання, відповідальність суб'єкта господарювання, що надає послуги торговельного електронного майданчику (маркетплейса) для розміщення товарів для продажу інших суб'єктів господарювання;
- Державній службі України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів (Держспоживслужбі) надати право звертатися до провайдера інтернет-послуг щодо обмеження доступу до веб-сайтів (частини веб-сайту, програмного забезпечення) суб'єктів господарювання, які використовують нечесну підприємницьку практику та порушують законодавство про захист прав споживачів;

– звільнити суб'єктів господарювання від обов'язку створювати обмінний фонд непродовольчих товарів;

– впровадити в електронній формі надання суб'єктами господарювання документів, що підтверджують гарантійні зобов'язання;

– надати споживачеві право на заміну товару на такий же або аналогічний, наявний у суб'єкта господарювання, у випадку перевищення строку ремонту товару більше 14 календарних днів;

– надати споживачеві право на зниження ціни або повернення коштів, якщо недолік товару з'являється після ремонту тощо [12; 13].

Зокрема в Проекті Закону переглянуто відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів. Так, наприклад, за відсутності належного обсягу інформації про товар накладатиметься штраф вже у розмірі 100% вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи (наданої послуги), але не менше 1700 грн. (100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян). Якщо ж суб'єкт господарювання не здійснює обов'язковий облік доходів і витрат – у розмірі 850 грн. (50 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян) [13].

Міністерством цифрової трансформації також розроблено проект «Цифрова трансформація захисту споживачів (е-Споживач)», що передбачає створення служби підтримки споживачів. Платформа е-Споживач розповсюджуватиметься на суб'єктів підприємницької діяльності, які здійснюють господарську діяльність в інтернет-магазинах – електронних торгових майданчиках (маркетплейсах), електронному сервісі порівняння продукції (прайс-агрегаторах), класифайдах. Сервісом передбачено, що Держспоживслужба надаватиме суб'єктам господарювання певного статусу. Якщо продавець провадить чесну підприємницьку практику, його ідентифікуватимуть як «Перевірений продавець». Ті продавці, що не матимуть такого статусу, а, наприклад, «спеціальний статус», «білі списки» даватимуть змогу свідчити про наявність корупційної складової державного службовця, що надає статусу [14]. Після прийняття нової редакції Закону «Про захист прав споживачів» щодо суб'єктів, котрих неможливо ідентифікувати, та тих, що провадять нечесну підприємницьку практику Держспоживслужба матиме повноваження звертатися до провайдера інтернет-послуг щодо обмеження доступу до веб-сайтів.

Висновки. Споживачі є найважливішими елементами бізнес-екосистеми. Бізнес не може розглядатися ізольовано, а завжди розглядається разом із споживачами його товарів і послуг. Розвиток інтернет-торгівлі набуває вагомому значення для урядів, підприємств і споживачів у різних країнах світу. Хоча поширення інтернет-торгівлі ство-

рює значні можливості, брак безпеки та довіри залишається критичною перешкодою для операцій в онлайн-просторі. Відсутність належного механізму захисту прав споживачів в Україні в онлайн-середовищі створює перепони для розвитку інтернет-торгівлі. Тому, необхідно вжити відповідних заходів для усунення цього бар'єру в секторі інтернет-торгівлі. Розуміння траєкторії інтернет-торгівлі має важливе значення для розробки належної політики зі сторони уряду, а також для бізнес-планування підприємницьких структур.

ЛІТЕРАТУРА

1. E-commerce: The Past, Present, and Future. URL: <https://www.spiralytics.com/blog/past-present-future-ecommerce>.

2. Ariyaratna B. Protection of Consumer Rights on the Internet: Prospects and Challenges for the Sri Lankan Legal System. URL: https://pdfs.semanticscholar.org/053a/f9016c8a047b3a1756824352295fe9d03629.pdf?_ga=2.9495218.642618979.1659032355-499759886.1641674539.

3. Awana K. Protection of E-consumers in the Era of E-commerce: Issues & Challenges. URL: <https://taxguru.in/corporate-law/protection-e-consumers-era-e-commerce-issues-challenges.html>.

4. Consumer protection and online advertising. URL: <http://www.businessgoing.digital/consumer-protection-and-online-advertising>.

5. Плєскач В., Бородачова Н., Олексюк Л. Як уряду України розбудувати державну політику у сфері е-торгівлі?. URL: https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/web_E-commerce_civic_synergy_ua_2018.pdf.

6. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 р. № 30. Ст. 379. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>.

7. Цивільний Кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.

8. Про реалізацію окремих положень Закону України "Про захист прав споживачів": Постанова Кабінету Міністрів України від 19 березня 1994 р. № 172. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/172-94-%D0%BF#Text>.

9. Тітамир О. Чому в Україні захист прав споживачів є здебільшого фіктивним? URL: <https://delo.ua/opinions/chomu-v-ukrajini-zahist-prav-spozhivachiv-je-zde-352134>.

10. Аналіз регуляторного впливу до проекту Закону України «Про захист прав споживачів». URL: <http://www.drs.gov.ua/wp-content/uploads/2020/12/9658-.pdf>.

11. Мінекономіки пропонує ідентифікувати інтернет-продавців. URL: <https://lexinform.com.ua/v-ukraini/minekonomiky-proponuye-identyfikuvaty-internet-prodavtsiv>.

12.3 2023 року права споживачів захищатимуть по-новому: урядовий законопроект. URL: <https://news.dtki.ua/law/consumer-protection/72402>.

13. Проект Закону України "Про захист прав споживачів" (у новій редакції). URL: <https://cutt.ly/7ZhGhXf>.

14. Добров В. Компенсації та контроль інтернет-торгівлі: в ЗМІ розповіли про ініціативи міністра економіки. URL: <https://fakty.ua/384965-kompensacii-i-kontrol-internet-torgovli-v-smi-rasskazali-ob-inicijativah-ministra-ekonomiki>.

REFERENCES

1. E-commerce: The Past, Present, and Future, available at: <https://www.spiralytics.com/blog/past-present-future-ecommerce>.

2. Ariyaratna, B. (2018) Protection of Consumer Rights on the Internet: Prospects and Challenges for the Sri Lankan Legal System, available at: https://pdfs.semanticscholar.org/053a/f9016c8a047b3a1756824352295fe9d03629.pdf?_ga=2.9495218.642618979.1659032355-499759886.1641674539.

3. Awana, K. (2020) Protection of E-consumers in the Era of E-commerce: Issues & Challenges, available at: <https://taxguru.in/corporate-law/protection-e-consumers-era-e-commerce-issues-challenges.html>.

4. Consumer protection and online advertising, available at: <http://www.businessgoing.digital/consumer-protection-and-online-advertising>.

5. Pleskach, V., Borodachova, N. and Oleksiuk, L. (2018) "Yak uriadu Ukrainy rozbuduvaty derzhavnu polityku u sferi e-torhivli?" [How should the government of Ukraine develop a state policy in the field of e-commerce?], available at: https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/web_E-commerce_civic_synergy_ua_2018.pdf.

6. Pro zakhyst prav spozhyvachiv : Zakon Ukrainy vid 12.05.1991 p. № 30. St. 379, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>.

7. Tsyvilnyi Kodeks Ukrainy, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.

8. Pro realizatsiiu okremykh polozhen Zakonu Ukrainy "Pro zakhyst prav spozhyvachiv": Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 19 bereznia 1994 r. № 172, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/172-94-%D0%BF#Text>.

9. Titamyr, O. (2019) Chomu v Ukraini zakhyst prav spozhyvachiv ye zdebilshoho fiktyvnyim?, available at: <https://delo.ua/opinions/chomu-v-ukrajini-zahist-prav-spozhyvachiv-je-zde-352134>.

10. Analiz rehuliatornoho vplyvu do proiektu Zakonu Ukrainy «Pro zakhyst prav spozhyvachiv», available at: <http://www.drs.gov.ua/wp-content/uploads/2020/12/9658-.pdf>.

11. Minekonomiky proponuie identyfikuvaty internet-prodavtsiv, available at: <https://lexinform.com.ua/v-ukraini/minekonomiky-proponuye-identyfikuvaty-internet-prodavtsiv>.

12. Z 2023 roku prava spozhyvachiv zakhyshchaty-mut po-novomu: uriadovy zakonoproiekt, available at: <https://news.dtkr.ua/law/consumer-protection/72402>.

13. Proiekt Zakonu Ukrainy "Pro zakhyst prav spozhyvachiv" (u novii redaktsii), available at: <https://cutt.ly/7ZhGhXf>.

14. Dobrov, V. (2021) Kompensatsii ta kontrol internet-torhivli: v ZMI rozpovily pro initsiatyvy ministra ekonomiky [Compensation and control of Internet trade: the media reported on the initiatives of the Minister of Economy], available at: <https://fakty.ua/384965-kompensacii-i-kontrol-internet-torgovli-v-smi-rasskazali-ob-inicijativah-ministra-ekonomiki>.

Стаття надійшла до редакції 3 серпня 2022 р.