

УДК 346.5:004.9(477)

DOI <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.86.2.14>

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Гудима-Підвербецька М.М.,

*кандидат юридичних наук, доцент кафедри приватного права
юридичного факультету*

*Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича*

ORCID: 0000-0003-2024-5171

e-mail: m.gudyma@chnu.edu.ua

Гудима-Підвербецька М.М. Захист прав споживачів у цифровому середовищі: виклики та перспективи.

Наукова публікація фокусується на питаннях правового захисту прав споживачів в умовах розвитку цифрової економіки України та акцентує увагу на необхідності удосконалення чинного законодавства щодо захисту прав споживачів у зв'язку з цим. У дослідженні відзначається, що цифровізація економіки та активне інтегрування цифрових технологій у функціонування сучасного бізнесу суттєво змінюють природу споживчих відносин, ставлячи споживача у вразливе становище. Це підриває його право на безпеку, інформацію та справедливі умови правочинів через когнітивні помилки, викликані браком цифрової освіти, онлайн-шахрайство, недобросовісні комерційні практики, маніпуляції через цифрові технології, структурну складність ринків, що призводить до апатії споживачів та необдуманих рішень через обмеженість вибору або його ілюзії, накопичення персональних даних із ризиком їх неналежного використання тощо. Для захисту прав споживачів вкрай необхідною є відповідна законодавча база, яка враховує всі сучасні цифрові виклики та з ціллю ефективного захисту трансформує покладений на споживачів обов'язок самостійно захищатися від несправедливих практик і недоліків ринку у відповідальність суб'єктів господарювання за справедливу діяльність на ринку. Аналіз нового закону про захист прав споживачів (Закон України від 10.06.2023 року № 3153-IX) дав можливість дійти висновку, що на сьогодні простежується суттєве зміцнення захисту прав споживачів. Закон запроваджує передові стандарти Європейського Союзу, охоплюючи такі важливі сфери, як права споживачів у електронній комерції, продаж товарів із цифровим контентом, а також економічні права покупців харчових продуктів та інших категорій товарів, забезпечуючи сучасний рівень безпеки та прозорості. При цьому наголошено, що стратегічний вектор перебудови системи захисту прав споживачів, зорієнтований на європейські стандарти в умовах цифрових трансформацій, є очевидним. Однак, незважаючи на позитивні зрушення у сфері захисту прав споживачів, подальші кроки повинні бути спрямовані на практичну реалізацію реформ та перевірку їхньої ефективності у сучасних умовах.

Ключові слова: споживач, захист прав, цифрове середовище, цивільно-правова відповідальність, вразливість.

Hudyma-Pidverbetska M.M. Consumer rights protection in the digital environment: challenges and perspectives.

The scientific publication focuses on the legal protection of consumer rights in the context of the development of Ukraine's digital economy and emphasizes the need to improve existing legislation concerning consumer rights protection. The study highlights that the digitalization of the economy and the active integration of digital technologies into the functioning of modern businesses significantly alter the nature of consumer relations, putting consumers in a vulnerable position. This undermines their right to safety, information, and fair contract conditions due to cognitive errors caused by a lack of digital literacy, online fraud, unfair commercial practices, manipulations through digital technologies,

and the structural complexity of markets, which leads to consumer apathy, as well as hasty decisions due to limited choice or its illusion, and the accumulation of personal data with the risk of improper use. To protect consumers, a relevant legal framework that addresses all contemporary digital challenges is critically needed. For effective protection of consumer rights, it is important to transform the consumer's responsibility to independently defend themselves from unfair practices and market shortcomings into the responsibility of business entities for fair market conduct. An analysis of the new Consumer Protection Law (Law of Ukraine No. 3153-IX, dated June 10, 2023) led to the conclusion that there is a significant strengthening of consumer rights protection. The law introduces advanced European Union standards, covering important areas such as consumer rights in electronic commerce, the sale of goods with digital content, and the economic rights of food and other product buyers, ensuring modern levels of safety and transparency. The strategic direction for the reconstruction of the consumer protection system, oriented towards European standards in the context of digital transformations, is evident. However, despite the positive developments in consumer rights protection, further steps must be taken toward the practical implementation of reforms and the evaluation of their effectiveness in the current conditions.

Key words: consumer, rights protection, digital environment, civil liability, vulnerability.

Постановка проблеми. В час цифрового десятиріччя, коли істотно збільшується цифрова взаємодія між споживачами й суб'єктами підприємництва, що продають товари, виконують роботи чи послуги та активно трансформуються способи ведення бізнесу (в тому числі й шляхом залучення штучного інтелекту), гостро постає питання захисту прав споживачів, адже така взаємодія поряд з істотними перевагами (доступ до ширшого асортименту, зручні способи оплати та доставки тощо) супроводжується новими ризиками, спричиняючи неактуальні раніше вразливості споживачів. Істотними серед яких можуть виявитися порушення конфіденційності, невиконання договору, укладеного на просторах Інтернету, неналежна якість цифрових послуг, ризики маніпуляцій споживчою поведінкою через алгоритми, цілеспрямовану рекламу та обмежену прозорість у роботі платформ. Адже, з огляду на значні інвестиції в цифрові технології, малоімовірно, що суб'єкти господарювання не плануватимуть використовувати зібрану інформацію про своїх клієнтів і ланцюги постачання для отримання чи примноження власного прибутку. Вступаючи в такі правовідносини без належного рівня знань щодо захисту своїх прав у цифровому середовищі, споживачі неминуче приречені стати потерпілими. Дані питання примножують свою актуальність в умовах зовнішньої агресії та економічної нестабільності. Очевидно, що світ, який стає дедалі цифровішим, але не враховує безпосередні потреби споживачів у реальних викликах, ризикує створити середовище, яке не відповідатиме своєму призначенню. За таких обставин метою держави є забезпечення прав споживачів, а також створення дієвого правового механізму їх захисту [1, с. 85]. Однак швидкий розвиток цифрових технологій призводить до того, що нормативно-правова база часто не встигає за новими викликами. Тому важливим завданням є оновлення законодавства відповідно до сучасних викликів і кращих міжнародних традицій, над чим Україна вже активно працює, беручи за взірць правове поле Європейського Союзу.

Виходячи з цього, **метою статті** повинно стати дослідження проблемних питань правового захисту прав споживачів у часи розвитку цифрової ери нашої країни та удосконалення в цьому напрямку чинного законодавства України щодо захисту прав споживачів.

Стан опрацювання проблематики. Серед ґрунтовних досліджень проблематики захисту прав споживачів відзначимо праці таких вчених, як Гришко У.П. («Захист прав споживачів транспортних послуг», 2017), Єгоричевої О.Ю. («Цивільно-правова відповідальність за продаж споживачам товарів неналежної якості», 2014), Іваненко Л.М. («Цивільно-правове забезпечення прав споживачів на належну якість товару», 1997), Ільченко Г.О. («Захист прав споживачів страхових послуг», 2016), Косінова С.А. («Теоретичні проблеми захисту прав споживачів в Україні за договором купівлі-продажу», 1999), Коршакової О.М. («Захист прав споживачів житлово-комунальних послуг: цивільно-правовий аспект», 2015), Одинака О.О. («Цивільно-правове регулювання захисту прав споживачів фінансових послуг», 2023), Погребняка В.Я. («Цивільно-правове регулювання відносин споживчого кредитування в Україні», 2016), Пожоджука Р.В. («Захист прав споживачів за договором постачання електричної енергії через приєднану мережу», 2016), Письменної О.П. («Правовідносини, що виникають у зв'язку з порушенням прав споживачів внаслідок недоліків товарів, робіт (послуг)», 2007), Ружицької Є.О. («Права споживачів за договором роздрібною купівлі-продажу», 2016), Рябченка Ю.Ю. («Судовий захист прав споживачів», 2009),

Черняк О.Ю. («Цивільно-правовий статус споживача у контексті адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу», 2011), Яновицької Г.Б. («Цивільно-правові засоби захисту прав споживачів в Україні», 2021) та інших. Проблему захисту прав споживачів в умовах цифрової трансформації досліджують як правники, так і представники економічної науки, зокрема Бондарчук Н.М., Вінник А.М., Вергун А.М., Демінська Ю.О., Ільченко Н., Назарова С.О., Недашківська О.А., Пелех М., Петрушин Б.М., Талдонова К.Г., Ханік-Посполітак Р.О., Хоменко М.В., Черних О.С., Чуріканова О.С., тощо. Незважаючи на наявні наукові результати у цій сфері, подальших досліджень все одно потребує сучасне законодавство про захист прав споживачів на предмет спроможності надання повноцінного захисту споживачам в умовах цифрової трансформації.

Виклад основного матеріалу. До пріоритетних завдань Європейського Союзу (далі – ЄС) належить забезпечення високого рівня захисту прав споживачів [2, с. 71]. При цьому законодавством ЄС встановлено принциповий момент у взаємовідносинах споживача та держави – визнання споживача слабшою стороною в зобов’язанні й, як наслідок, визначення захисту його прав своїм безпосереднім обов’язком. У кожному розвинутому суспільстві права потребують належного захисту та охорони нормативно-правовими актами різної юридичної сили та галузевої спрямованості. Попри це, вважаємо, що захист прав споживачів все ж у більшій мірі знаходиться саме у площині цивільного права, основним законодавчим актом якого є Цивільний кодекс України [3], оскільки в його механізмі наявні такі засоби і прийоми впливу на суспільні відносини, які, з одного боку, дозволяють забезпечити взаємний інтерес сторін, що вступають у ці відносини, а з іншого – ефективно захистити їх права завдяки компенсаційно-відновлювальному характеру мір цивільно-правової відповідальності. Водночас, з огляду на існуючу у відносинах між споживачем та суб’єктом господарювання специфіку (фактичну економічну нерівність сторін та прийняття споживачем умов, які пропонує продавець товару, виконавець робіт чи послуг), як наслідок, маємо визначення змісту конкретних договорів не стільки взаємними інтересами контрагентів, скільки можливостями та бажаннями сильнішої сторони і необхідністю, яку диктує конкретна ситуація слабкішої сторони – споживачу. Цивільне право, що виходить з рівності сторін, майнової самостійності та автономії волі, не спроможне надати споживачам повноцінний захист їх прав та інтересів, а існуюча нерівність потребує усунення за допомогою надання законодавчої підтримки та додаткового захисту споживачеві. Тому сьогодні нормативно-правова база консумеризму в Україні налічує більше 100 законів та підзаконних нормативних актів, однак основним серед них залишається Закон «Про захист прав споживачів», прийнятий Верховною Радою Української РСР 12 травня 1991 року № 1023-ХІІ [4]. Відмітимо, що Україна першою з усіх країн СНД прийняла Закон «Про захист прав споживачів», який, з огляду на брак практичного досвіду в здійсненні захисту прав споживачів у нових ринкових умовах, хоч і не пройшов перевірку практикою, виявивши свою неспроможність ефективного регулювання існуючих відносин, але все ж став свідченням поваги до міжнародних засад цивілізованого захисту прав споживачів. 1 грудня 2005 року Верховна Рада України прийняла Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про захист прав споживачів»» [5], який віддзеркалював кардинальні зміни, що відбулися в Україні за період з дня ухвалення першої редакції закону, та містив революційні для вітчизняного споживчого законодавства підходи до врегулювання відносин за участю фізичних осіб-покупців, замовників товарів, робіт та послуг. Цей закон привів у відповідність до норм права ЄС термінологію, передбачив вимоги до якості продукції, систему способів захисту прав споживачів, закріпив вимоги щодо порядку інформування споживачів про ціни, регламентував правовідносини щодо укладення договорів із споживачами на відстані, а також договорів, укладених поза торговельними та офісними приміщеннями, та правовідносини у сфері споживчого кредитування. Зокрема, конкретизував положення щодо недійсності умов договорів, які обмежують права споживачів, встановив положення щодо заборони нечесної підприємницької практики тощо. Протягом тривалого існування закону в редакції від 2005 року (що є чинним і сьогодні), Верховна Рада України змінювала та доповнювала окремі його положення як з ціллю виконання взятих Україною зобов’язань щодо забезпечення високого рівня захисту прав споживачів та досягнення сумісності між системами захисту прав споживачів України та ЄС, згідно з ратифікованою Верховною Радою у вересні 2014 року Угодою про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії та їхніми державами-членами, з іншої сторони [6]. Метою змін було також забезпечення ефективного функціонування законодавчих норм, з огляду на відповідність

сучасним реаліям. Однак ці зміни не мали системного характеру та не могли істотно вплинути на численні порушення прав споживачів, зокрема у сфері електронної торгівлі, захисту прав при гарантійному обслуговуванні та обігу харчової продукції. Такі правові поняття, як цифрові послуги, комерційна гарантія та маркетплейс, які вже стали для нас повсякденністю, взагалі залишилися за межами правового регламентування спеціального закону. Багато інших положень також не відповідають базовим принципам і практикам Європейського Союзу та виявляють свою неспроможність надати повноцінний захист споживачам в умовах цифрової трансформації.

Зауважимо, що Європейська комісія тримає в полі зору вказану проблему та активно працює над реалізацією програми модернізації захисту прав споживачів, впроваджуючи численні законодавчі ініціативи, спрямовані на приведення потреб споживачів у відповідність до цифрової трансформації. До цих ініціатив входять Акти про цифрові ринки та цифрові послуги [7] та перегляд директиви про споживчий кредит [8]. 12 червня 2023 року набув чинності Регламент про загальну безпеку продукції (Регламент (ЄС) 2023/988) [9], повне застосування якого розпочалося 13 грудня 2024 року. Цей Регламент спрямований на підвищення захисту споживачів ЄС від небезпечних нехарчових продуктів, які продаються як офлайн, так і онлайн, а також на створення сучасної правової основи для вирішення нових викликів у сфері безпеки продукції. Також ведуться обговорення щодо конфіденційності в електронному середовищі (e-Privacy) [10] та розробки гармонізованих правил щодо штучного інтелекту в рамках Акта про штучний інтелект (Artificial Intelligence Act) [11].

Як попередньо наголошувалося, споживачі зазвичай вважаються слабшою стороною в правочині і потребують захисту здоров'я, безпеки та економічних інтересів. При цьому деякі групи можуть бути особливо вразливими через соціальні обставини чи конкретні характеристики споживачів (їх груп) (наприклад, вік, стать, здоров'я, цифрова грамотність, числові навички чи фінансове становище, відсутність доступності тощо). Середній споживач припускається як «очікувана поведінка споживачів» і має вагоме значення для рівня захисту споживачів і визначення необхідності й допустимості державного втручання в ринок. Однак ця концепція значною мірою не відповідає реальному стану, оскільки припускає, що споживачі здатні формувати власну думку про рекламовані продукти без шкоди для їх економічних інтересів чи здоров'я, за умов наявності неоманливої інформації про продукцію та її виробника. Натомість у цифровому середовищі навіть ідеальний середній споживач стикається з труднощами, посиленими застосованими технологіями. При цьому варто мати на увазі, що, як наголошують науковці, джерела вразливості можуть бути не лише в актуальних вразливостях (які є очевидними, оскільки вже матеріалізувалися), але й у диспозиційних вразливостях (які є латентними і ще не проявилися) [12]. Йдеться про те, що навіть якщо збір даних споживача не завдає шкоди в момент вчинення чи виконання правочину, то накопичення обсягів таких даних може породжувати потенційну вразливість через латентний ризик маніпуляцій. Такі вразливості потребують не меншої уваги, оскільки їхнє існування часто приховане, і вони можуть стати очевидними лише за певних умов. У цифровому суспільстві важливо вчасно виявляти і враховувати диспозиційні вразливості до того, як вони перетворяться на актуальні.

Як зазначають П. Січиліані, К. Ріфа та Г. Гампер, споживачі можуть бути в уразливих ситуаціях не лише через когнітивні помилки або соціально-демографічні характеристики, але й через структуру споживчих ринків, яка веде до апатії через складність і неясність. В таких випадках згода на існуючу пропозицію без вивчення інших виглядає раціональною для споживачів з огляду на небажання витратити час на пошук кращих пропозицій [13]. Крім того, споживачі часто стають жертвами онлайн-маніпуляцій – використання технологій для прихованого впливу на прийняття рішень.

В закордонних працях часто наголошується, що виходячи з визначення вразливого споживача в рамках споживчого права ЄС, захист прав споживачів у цифровій сфері є недостатнім, адже у цифровому середовищі всі споживачі є вразливими, і це вимагає для ефективного захисту їх прав трансформувати покладений на споживачів обов'язок самостійно захищатися від несправедливих практик і недоліків ринку у відповідальність суб'єктів господарювання за справедливу діяльність на ринку як належну [14]. Певні чіткі кроки в цьому напрямку вже прослідковуються в законодавстві ЄС. Так, у енергетичному секторі законодавець ввів положення для захисту «вразливих клієнтів» у Директиві 2009/72/ЄС щодо загальних правил для внутрішнього ринку електроенергії (стаття 7) [15]. Згідно з цим положенням, державам-членам надано право визначати вразливих

споживачів та встановлювати відповідний захист. Концепція «вразливого» споживача також закріплена в Директиві 2005/29/ЄС про недобросовісні комерційні практики (UCPD) [16], де споживач визначається через порівняння з «середнім» споживачем, що є гіпотетичною фігурою, яка «достатньо поінформована, достатньо спостережлива і обережна», як було визначено в справі [17] і підтверджено в подальших рішеннях Суду ЄС. У пункті 31 цього рішення Суд зазначає, що для визначення, чи може інформація, що надається споживачеві, бути сприйнята ним як така, що вводить в оману, слід виходити з середньостатистичного споживача, який є добре поінформованим, уважним і розсудливим. При цьому враховуються всі обставини справи, включаючи контекст, у якому ця інформація була представлена. Це рішення є важливим для гармонізації підходу до оцінки комерційної практики в державах-членах ЄС та визначення стандартів чесності та прозорості інформації для споживачів.

Як бачимо, цифрові технології активно інтегровані в функціонування сучасного бізнесу й істотно впливають на споживача, ставлячи його у вразливе становище автоматично. Очевидно, що вітчизняний закон, прийнятий у 90-х роках, коли цифрова трансформація ще не була на порядку денному, станом на сьогодні вже значною мірою не відповідає сучасним викликам, а окремі точкові зміни виявлялися недостатніми для належного захисту прав споживачів у нових реаліях. А тому назріла нагальна потреба в комплексному оновленні законодавчої бази, яка б враховувала сучасні реалії цифрової економіки.

Як наслідок, восени 2021 року Кабінетом Міністрів України було прийнято рішення про невідповідність чинного спеціального закону щодо захисту прав споживачів нормам Євросоюзу і необхідність прийняття нового. Тому важливим кроком у вдосконаленні законодавства щодо захисту прав споживачів в Україні стало прийняття 5 липня 2023 року нового Закону України «Про захист прав споживачів» [18] (дата опублікування в «Голосі України» 7 липня 2023 року). Цей закон набуде чинності по спливу одного року з моменту його опублікування (деякі положення – раніше), проте слід наголосити, що лише у випадку припинення або анулювання воєнного стану, введеного Указом Президента України від 24 лютого 2022 року № 64/2022 «Про введення воєнного стану в Україні». Насамперед наголосимо на поширенні сфери дії закону від 2022 року на відносини між споживачами та суб'єктами господарювання у сфері продуктів харчування (на відміну від Закону № 1023-ХІІ з 2014 року, який не поширювався на сферу обігу продуктів харчування, що призводило до незахищеності прав споживачів у цій сфері протягом тривалого часу).

У законі виконано актуалізацію визначень та термінів, зокрема відредаговано базове поняття споживчого законодавства – поняття «споживач», яке містить уточнення щодо неможливості кваліфікації споживачем фізичної особи, яка має ціль замовлення, придбання, отримання, використання, вживання продукції для потреб, безпосередньо пов'язаних з незалежною професійною діяльністю. Також термінологію споживчого законодавства приведено у відповідність до сучасних умов бізнес-середовища, зокрема щодо електронної комерції. Оскільки чинний закон не регулює права споживачів у сфері електронної торгівлі, чого вкрай бракувало споживчому законодавству, новий закон уже зосередився на цих питаннях. Законодавець вводить поняття цифрової послуги (послуги, що дозволяє споживачеві створювати, обробляти, зберігати або отримувати доступ до даних у цифровій формі; послуга, яка дозволяє поширювати або будь-яким іншим чином використовувати дані в цифровій формі, що завантажені або створені споживачем або іншими користувачами цієї послуги), комерційної гарантії (додаткової гарантії до передбаченого законодавством гарантійного зобов'язання, яка пропонується споживачу суб'єктом господарювання), маркетплейса (електронного торговельного майданчика), прайс-агрегатора (електронного сервісу порівняння продукції), класифайда (електронного майданчика розміщення оголошень) та врегулює їх діяльність. Запроваджено Єдиний державний веб-портал для споживачів у сфері електронної комерції (Портал «е-Покупець»), який виступатиме як електронна система для збирання, накопичення, обробки, захисту, обліку та надання інформації про суб'єктів електронної комерції, а також для комунікації між ними, споживачами та державними органами, відповідальними за державний нагляд (контроль) за додержанням законодавства про захист прав споживачів.

Розробка порталу «е-Покупець» покладена на Міністерство цифрової трансформації України, і як тільки він буде запущений, відповідні норми вступлять в силу, а суб'єкти електронної комерції матимуть шість місяців на реєстрацію. Далі суб'єкти електронної комерції у системі будуть зо-

бов'язані верифікуватись протягом 10 днів з початку своєї діяльності для отримання статусу «перевіреного продавця» і лише після цього матимуть змогу вести свою діяльність на маркетплейсах. Високотехнологічні процеси та можливі зловживання у зв'язку з цим вимагають і оперативних, і ефективних способів захисту прав споживачів. Тому розширено повноваження в цьому ключі Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, яка отримає можливість обмеження доступу до веб-сайту (недобросовісних електронних торговельних майданчиків) суб'єкта господарювання за її рішенням у випадку порушення законодавства з боку зазначеного суб'єкта шляхом звернення до провайдера інтернет-послуг. У цьому аспекті відмітимо і новаційне запровадження механізму досудового (альтернативного) врегулювання споживчих спорів. Так, ст. 39 Закону визначено, що захист прав споживачів може здійснюватися органами позасудового розв'язання спорів між споживачем та суб'єктом господарювання, порядок створення, статус та умови функціонування яких визначаються окремим законодавством. Як влучно зазначається, можливість використання суб'єктами правовідносин досудового врегулювання спорів може бути додатковим засобом правового захисту, який держава надає учасникам певних правовідносин, що не суперечить принципу здійснення правосуддя виключно судом [19].

Щодо товарів із цифровим вмістом, у новому законі також є деталі, які відсутні в чинному законодавстві. Так, продавець матиме обов'язок повідомляти про важливі для якості та безпеки оновлення до такого товару. І якщо після попередження споживач не скористається оновленнями, відповідальність за якість такого товару не може бути покладена на продавця. Ще одним новим та важливим елементом для вітчизняного правового поля є Закон України «Про цифровий контент та цифрові послуги» [20], який передбачає критерії відповідності цифрового контенту та послуг, що надаються виконавцем за договором із замовником цієї послуги. Він також прописує додатково до договірної відповідальності виконавця штрафні санкції, які має сплатити виконавець у державний бюджет за порушення, пов'язані з наданням цифрового контенту або цифрових послуг, а також за невідповідність такого контенту або послуг умовам закону чи договору.

Діджиталізація породила необхідність регулювання прав споживачів щодо договору, укладеного поза торговельним чи офісним приміщенням, тобто дистанційного договору. У новому законі детально прописано право споживача на отримання інформації про продавця, продукцію, умови договору на її придбання, гарантійні умови, ціну, строки, спосіб і ціну доставки, порядок оплати, порядок розгляду скарг, права на відмову від договору та повернення товару (зокрема, закріплено право споживача відмовитися протягом 14 днів з дня укладання договору або з дня отримання товару та повернути гроші, сплачені за товар). На відміну від чинного сьогодні Закону «Про захист прав споживачів», новий закон значно розширює коло прав споживачів, актуальних у сучасних умовах: право споживача на споживчу освіту та/або просвіту (ст. 12); права споживача під час торговельного та інших видів обслуговування (ст. 14); права споживача на інформацію у разі укладання договору поза торговельними чи офісними приміщеннями або дистанційного договору (ст. 16); права споживача під час придбання продукції шляхом електронної торгівлі (ст. 17); право споживача на доставку товару, придбаного за договором поза торговельними чи офісними приміщеннями або дистанційного договору (ст. 19) [18].

Висновки. Підсумовуючи, можна сказати, що забезпечення справедливості у відносинах між споживачами та суб'єктами господарювання, базоване на захисті прав споживачів, є необхідною складовою сучасного світу та запорукою підвищення якості життя та сталого розвитку суспільства. Як бачимо, цифрові технології активно інтегровані у функціонування сучасного бізнесу, істотно впливаючи на становище споживача, роблячи його автоматично вразливим, адже у цифровому середовищі навіть ідеальний середній споживач стикається з труднощами. Основними ризиками, які впливають на вразливість споживачів, є когнітивні помилки через брак цифрової освіти, онлайн-шахрайство та недобросовісні комерційні практики, зокрема маніпуляції через цифрові технології, структурна складність ринків, яка призводить до апатії споживачів та недодуманих рішень через обмеженість вибору або його ілюзію, накопичення персональних даних із ризиком їх неналежного використання, тощо. Для захисту споживачів вкрай необхідна відповідна законодавча база, що враховує всі сучасні цифрові виклики та потреби у гарантіях прозорості та справедливості. Аналіз новоприйнятого споживчого закону дає можливість констатувати, що стратегічний вектор перебудови системи захисту прав споживачів орієнтований на європейські стандарти в умовах цифрових трансформацій, і поступ законодавця в цьому напрямку очевидний. Однак така перебудова не може бути одномоментною. Видається, що законодавець йде правиль-

ним шляхом у напрямку захисту прав споживачів, однак теорія перевіряється практикою, і ми очікуємо впровадження цих істотних доповнень у законодавство та перевірки реальністю на предмет забезпечення ефективності такого регулювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Іваненко Л.М., Язвінська О.М. Захист прав споживачів. К.: Юрінком Інтер, 2014. 496 с.
2. Саванець Л. Гармонізація європейського колізійного та матеріального права у сфері захисту прав споживачів. *Актуальні проблеми правознавства*. 2016. Вип. 2. С. 71–76.
3. Цивільний кодекс України від 16.01.2023 р. № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 15.12.2024).
4. Про захист прав споживачів: Закон УРСР від 12.05.1991 р. № 1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 15.12.2024).
5. Про внесення змін до Закону України «Про захист прав споживачів»: Закон України від 1 грудня 2005 року № 3161-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3161-15#Text> (дата звернення: 15.12.2024).
6. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, ратифікована Законом від 16.09.2014 № 1678-VII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text (дата звернення: 15.12.2024).
7. The Digital Services Act package. An official website of the European Union. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package> (дата звернення: 15.12.2024).
8. Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on consumer credits. An official website of the European Union. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2021:347:FIN> (дата звернення: 15.12.2024).
9. Regulation (EU) 2023/988 of the European Parliament and of the Council on general product safety, dated 10 May 2023. An official website of the European Union. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2023/988/oj> (дата звернення: 15.12.2024).
10. Proposal for an ePrivacy Regulation. An official website of the European Union. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/eprivacy-regulation> (дата звернення: 15.12.2024).
11. Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council laying down harmonised rules on artificial intelligence (Artificial Intelligence Act) and amending certain Union legislative acts <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52021PC0206> (дата звернення: 15.12.2024).
12. Helberger N., Lynskey O., Micklitz H-W., Rott P., Sax M., Strycharz J.. EU Consumer Protection 2.0, Structured Asymmetries in digital consumer markets. BEUC 2021. Para 38, p. 17. 209 p. URL: https://uol.de/f/2/dept/wire/fachgebiete/arbeitsrecht/Aufsaeetze/BEUC_EU_Consumer_Protection_2.0.pdf?v=1615976471 (дата звернення: 15.12.2024).
13. Siciliani P., Riefa Ch., Gamper H.. Consumer Theories of Harm. An economic approach to consumer law enforcement and policy making. Oxford; New York: Hart Publishing, 2019. 224 p. https://www.google.com.ua/books/edition/Consumer_Theories_of_Harm/AAQBAJ?hl=ru&gbpv=1 (дата звернення: 15.12.2024).
14. Riefa Christine. Protecting vulnerable consumers in the digital single market. *European Business Law Review*, 33 (4). Pp. 607–634. URL: <https://centaur.reading.ac.uk/109664/> (дата звернення: 15.12.2024).
15. Directive 2009/72/EC of the European Parliament and of the Council of 13 July 2009 concerning common rules for the internal market in electricity and repealing Directive 2003/54/EC. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32009L0072> (дата звернення: 15.12.2024).
16. 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. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32005L0029> (дата звернення: 15.12.2024).

17. Gut Springenheide 4 Case C-210/96 Gut Springenheide GmbH, Rudolf Tusky v Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt-Amt für Lebensmittelüberwachung and Another [1998] ECR I-4657, para. 31. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61996CJ0210> (дата звернення: 15.12.2024).
18. Про захист прав споживачів: Закон України від 10.06.2023 року № 3153-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3153-20/conv#n217> (дата звернення: 15.12.2024).
19. Неюрисдикційні форми захисту прав та інтересів суб'єктів господарювання: монографія / за заг. ред. д.ю.н. М.С. Долинської. Львів: ТОВ «Галицька видавнича спілка», 2020. 174 с. URL: <https://cutt.ly/GwpdFGSe> (дата звернення: 15.12.2024).
20. Про цифровий контент та цифрові послуги: Закон України від 10 серпня 2023 року № 3321-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3153-20#Text> (дата звернення: 15.12.2024).