



## ЦИВІЛЬНЕ ПРАВО

Роман Походжук

кандидат юридичних наук, старший дослідник,  
головний консультант Головного юридичного управління  
Апарату Верховної Ради України,  
докторант Науково-дослідного інституту  
приватного права і підприємництва  
імені академіка Ф. Г. Бурчака НАПрН України  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6414-4797>  
(Київ, Україна)  
1rp@ukr.net

УДК 347.7

### ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ “CAVEAT EMPTOR” У КОНТЕКСТІ ОBOB’ЯЗКІВ СПOЖИВАЧА

Анотація. У науковій статті досліджуються доктринальні позиції, законодавство Європейського Союзу та вітчизняне законодавство щодо сутності суб’єктивного споживчого обов’язку. Дослідження обов’язку споживача як елементу його статусу є на сьогодні доволі актуальним. Так, натеper бачимо еволюцію споживчих відносин і розвиток їхнього правового регулювання. Споживчі правовідносини спрямовані на захист слабкої їхньої сторони – споживача. Ця спрямованість опосередковується підвищенням його захистом та наданням йому привілейованих прав. Однак унаслідок того, що ці правовідносини стають більш окремими в межах цивільних і набувають самостійного значення, важливим є питання їхнього балансу. Визначення споживчого обов’язку як елементу правового статусу споживача є логічним наслідком становлення інституту захисту прав споживачів та підлягає окремому дослідженню.

Мета статті полягає у здійсненні науково-правового аналізу правової сутності суб’єктивного обов’язку споживача крізь призму нового розуміння концепції “caveat emptor”.

У статті зазначається про існування двох концепцій взаємовідносин продавця – покупець. Першою концепцією є “caveat emptor” (нехай покупець остерігається), яка первинно відображала ідею захисту індивідуальних інтересів від свавільного вторгнення держави чи суспільства. Історична сутність концепції “caveat emptor” прагнула відобразити добрі наміри, що були просякнуті ідеєю індивідуальної свободи. Водночас перевірка часом показала недосконалість цієї концепції. Споживче законодавство та необхідність захисту слабшої сторони споживчого договору змінили правила гри. Так, “caveat emptor” пізніше змінилася на принцип “caveat venditor” (тобто продавець повинен бути обізнаним про потреби споживача), що було природним процесом становлення інституту захисту прав споживачів.

У сучасних умовах, хоча одна концепція змінилася іншою, проте вона не зникла взагалі. Концепція “caveat emptor” залишається як утілення обов’язків споживача, водночас вона не є вирішальною для формування правового регулювання споживчих відносин. Тож з огляду на необхідність дотримання балансу інтересів усіх учасників споживчих правовідносин слід передбачати певне усічене використання концепції “caveat emptor” на законодавчому рівні.

Як підсумок дослідження автор зазначає, що споживачі повинні бути активними учасниками споживчих правовідносин не тільки в контексті придбання продукції, а й ефективного здійснення їхніх привілейованих прав. При цьому обґрунтовується нове розуміння концепції caveat emptor, яке полягає в тому, що законодавство встановлює певні мінімальні обов’язки для відповідальної поведінки споживачів у таких правовідносинах. Цей мінімум буде відображенням концепції “caveat emptor” у сучасному її розумінні, яке є обмеженим з первинно історичним та враховує проспоживчий характер правового регулювання споживчих відносин.

Ключові слова: споживач; суб’єктивний споживчий обов’язок; caveat emptor; caveat venditor; захист прав споживачів.

У сучасному суспільстві можна простежити еволюцію споживчих відносин і розвиток їхнього правового регулювання. Загальновизнано, що споживчі правовідносини спрямовані на захист слабкої їхньої сторони – споживача. Така спрямованість опосередковується підвищенням його захистом і наданням йому привілейованих прав. Однак унаслідок того, що ці правовідносини стають більш окремими в межах цивільних і набувають самостійного значення, важливим є питання їх балансу, а також визначення суті обов’язків споживача. Тому визначення споживчого обов’язку як елементу правового статусу споживача є логічним наслідком становлення інституту захисту прав споживачів та підлягає окремому дослідженню.

Метою дослідження є науково-правовий аналіз правової сутності суб’єктивного обов’язку споживача крізь призму новітнього розуміння концепції “caveat emptor”.

Споживач як фізична особа є учасником цивільних (споживчих) відносин, а тому природа його обов’язку є насамперед цивільною. В. Надьон розглядає “суб’єктивний цивільний обов’язок”,

як вид і міру належної та необхідної поведінки зобов’язаного суб’єкта – учасника цивільних правовідносин, що обумовлена законними вимогами управомоченої особи, виконання якого підлягає у порядку, спосіб та межах, визначених правовою нормою та/або договором (одностороннім правочином) чи іншим регулятором, і забезпечується засобами примусу та заохочення<sup>1</sup>.

У цьому визначенні доволі вдало деталізовано всі аспекти обов’язку та відображено його динаміку. Таке бачення, на нашу думку, є комплексним, що дає змогу відобразити всю сутність обов’язку учасника цивільних правовідносин, включаючи споживчі.

Водночас особливість правової природи обов’язку споживача полягає в тому, що він має бути відповідальним учасником споживчих правовідносин, враховуючи його привілейований статус. Повинні бути встановлені певні межі привілеїв споживача, а його поведінка не може бути безвідповідальною, що й досягатиметься ще одним елементом його правового статусу. У цьому контексті погоджуємося із О. Черняк, що ‘обов’язки споживача є елементом його цивільно-правового статусу споживача’<sup>2</sup>. Тож спеціальний статус учасника цивільних (споживчих) правовідносин включає не тільки посилення його прав, а й відповідні обов’язки.

Зазвичай вважається, що ‘суб’єктивний цивільний обов’язок може мати характер обов’язку активного типу (здійснювати конкретну суспільно корисну дію) і пасивного (утримуватися від соціально шкідливих дій)’<sup>3</sup>. Стосовно споживача, то його обов’язок більшою мірою має характер активного типу.

<sup>1</sup> В. Надьон, ‘Суб’єктивний обов’язок як елемент змісту цивільних правовідносин’ (автореф дис д-ра юрид наук 2018) 5–6.

<sup>2</sup> О. Черняк, ‘Правова природа обов’язку споживача: досвід України та ЄС’ [2013] 12 Приватне право і підприємництво 184–189.

<sup>3</sup> О. Кірюк, Ю. Папурківський, М. Гудима-Підвербецька, *Цивільне право (загальна частина): навчальний посібник* (Чернівець, нац. ун-т ім. Ю. Федьковича 2021) 27.

Це логічно, адже у споживчих правовідносинах насамперед саме суб'єкт господарювання повинен утримуватися від певних дій, а не споживач.

У контексті обов'язків споживача та його відповідального ставлення до придбання продукції доцільно навести принцип “caveat emptor”, який дослівно перекладається як “нехай покупець остерігається”. Caveat emptor – це доктрина загального права, яка покладає на покупця обов'язок ретельно перевірити майно перед здійсненням покупки. Покупець, який не виконує цей обов'язок, не має права вимагати відшкодування за дефекти товару, які були б виявлені, якби цей обов'язок був виконаний<sup>4</sup> (*тут і далі переклад наш. – Авт.*). Суть цього принципу полягає в тому, що саме покупець є відповідальним за обачність та перевірку продукції перед її прийняттям.

Загалом концепція “caveat emptor” як певна доктрина виникла в англосаксонській системі права. І ця доктрина була доволі суворою в застосуванні. Суть цієї суворості доволі яскраво проілюстровано в одному із перших випадків застосування доктрини “caveat emptor” в англійському праві у справі *Chandelor v Lopus* (1603) 79 ER 3. Так, за суттю справи відповідач, який був ювеліром і володів навичками роботи з коштовностями та дорогоцінним камінням, мав камінь, і запевняв позивача, що це безар-камінь<sup>5</sup>, який продав йому за сто фунтів, а насправді це був не безар-камінь. У цій справі Суд вказав, що саме лише твердження, що це безар-камінь, без доказів того, що це саме так, не є підставою для позову. І хоча відповідач знав, що це не безар-камінь, це не має значення, бо кожен, продаючи свої товари, стверджуватиме, що його товари хороші, або кінь, якого він продає, здоровий; але якщо він не гарантує, що це так, це не є підставою для позову, і гарантія повинна була бути зроблена в той же час, коли він продає<sup>6</sup>. Отже, застосування доктрини “caveat emptor” у цій справі доволі однозначно показало, що навіть, якщо продавець знає, що його товар не має якостей, про які він стверджує, то такий продавець не несе відповідальності, якщо він не надасть відповідну гарантію та підтвердження свого запевнення. У цьому випадку вся відповідальність за перевірку, зокрема властивостей товару, покладається на покупця. Свого часу такий підхід відображав ідею рівності сторін, свободу договору та відсутність втручання держави у договірні відносини.

А. Маурер зазначив, що

у праві купівлі-продажу ідея захисту індивідуальних інтересів від свавільного вторгнення з боку держави чи суспільства набула відображення в застосуванні доктрини “caveat emptor”, яка була вираженням ідеалу суспільства, де рівноправні громадяни можуть вільно торгуватися щодо договірних умов продажу споживчих товарів.

<sup>4</sup> Caveat emptor, Legal Information Institute (Cornell Law School) <[https://www.law.cornell.edu/wex/caveat\\_emptor](https://www.law.cornell.edu/wex/caveat_emptor)> (accessed: 28.07.2022).

<sup>5</sup> Безоари – це агломерати неперетравлених волокон або волосся, які утворюються в шлунку та інших частинах шлунково-кишкового тракту людей чи тварин. Арабські лікарі використовували безоари проти отрут і створювали навколо них ауру магічного зцілення та захисту. Виходячи зі значення давньоперського слова *padzahr* (*pad* – виганяти; *zahr* – отрута), безоари вважалися дуже ефективними протитотрутами (M Barroso, ‘Bezoar stones, magic, science and art’ [2013] 375 Geological Society of London Special Publications 193–207).

<sup>6</sup> *Chandelor v Lopus* (1603) 79 ER 3. Stonegate Legal <<https://stonegatelegal.com.au/wp-content/uploads/2023/08/Chandelor-v-Lopus-1603-79-ER-3.pdf>> (accessed: 28.07.2024).

Доктрина “нехай покупець остерігається” поклала на покупця ризик якості придбаного товару. Концепція “caveat emptor”, яка відповідала цій політичній філософії індивідуальної свободи та рівності, а також економічній концепції *laissez faire*<sup>7</sup>, у 1870 р. була прийнята загальним правом майже в кожному штаті. Автономія приватних сторін укладати власні договори на власних умовах була центральною рисою класичного договірного права<sup>8</sup>.

Отже, бачимо, що історична сутність концепції “caveat emptor” певною мірою відображала добрі наміри, що були просякнуті ідеєю індивідуальної свободи. Водночас перевірка часом певною мірою показала недосконалість цієї концепції в контексті захисту прав споживачів. Як уже стверджувалося в науці,

в цілому доктрина “caveat emptor” надає перевагу виробникам і продавцям товарів, оскільки споживачі не можуть розірвати договір, повернути неякісний товар або вимагати відшкодування збитків, якщо дефекти товару були виявлені споживачем лише після завершення купівлі-продажу<sup>9</sup>.

Отже, принцип “caveat emptor” протягом не одного століття був визначальним для відносин покупців і продавців, оскільки базувався на ідеях свободи договору, рівності сторін та мінімального втручання держави у приватні відносини. Однак правове регулювання приватних відносин (включаючи споживчі) еволюціонувало та змінилося, особливо під впливом глобалізаційних процесів, відкриття ринків, створення єдиного ринку, технологічного розвитку, цифровізації тощо. Це призвело, зокрема, до проспоживчого руху у сфері захисту прав споживачів, що своєю чергою значно зменшило значення принципу “caveat emptor” та навіть ставило питання про його виключення загалом. Тож втручання держави у приватні відносини отримало певну підтримку як доктрини, так і практики, оскільки було об’єктивно необхідним.

При цьому на сьогодні принцип “caveat emptor” використовується також і в континентальній системі права. Водночас у контексті споживчих правовідносин цей принцип є не настільки жорстким як він використовувався спочатку в англосаксонському праві. Насамперед це зумовлено правовою природою споживчих правовідносин, де на перше місце висувається саме споживач, який потребує посиленого захисту.

Ш. Капур зазначила, що ‘стратегія “caveat emptor”, тобто покупець повинен остерігатися продукції, тепер змінилася на “caveat venditor”, тобто продавець або маркетолог повинен бути обізнаним про потреби споживача<sup>10</sup>. Така зміна, зокрема, зумовлена негативними наслідками, викликаними застосуванням доктрини “caveat emptor”, які привели до формування

<sup>7</sup> Політика мінімального втручання держави в економічні відносини індивідів.

<sup>8</sup> Andreas Maurer, ‘Consumer Protection and Social Methods of Continental and Anglo-American Contract Law and the Transnational Outlook’ [2007] 14 (2) *Indiana Journal of Global Legal Studies* 353.

<sup>9</sup> Mohd Shukri, Rahmah Ismail, Ruzian Markom, ‘The application of caveat emptor and caveat venditor doctrines from civil and Islamic perspectives’ [2021] 28 *Jurnal Undang-Undang dan Masyarakat* 92–103.

<sup>10</sup> Sheetal Kapoor, *Consumer and the Market* (Indian Institute of Public Administration 2017).

доктрини “caveat venditor” і, зрештою, врівноваження позиції виробників, продавців і покупців<sup>11</sup>. Отже, це був природний процес зміни домінування доктрини з розвитком законодавства про захист прав споживачів.

Водночас, хоча одна концепція змінилася іншою, але вона не зникла взагалі. Концепція “caveat emptor” залишається як втілення обов’язків споживача, однак на сьогодні вона дійсно не є вирішальною для формування правового регулювання споживчих відносин.

На думку П. Сінха, ‘принцип “caveat emptor” (нехай покупець остерегається) більше не має розумного застосування, оскільки більшість попередньо упакованих продуктів неможливо обґрунтовано перевірити перед покупкою’<sup>12</sup>. Схоже міркування висловлено такими вченими, як А. Аднан, Н. Манап і З. Закарія, які вважають, що

недоречно використовувати принцип “caveat emptor” в онлайн-договорах купівлі-продажу через наявність односторонніх елементів, зокрема, таких, як неможливість фізичного демонстрування, перевірки та особистої оцінки товару, обмеженої можливості отримання консультації щодо товару у продавця та полегшена можливість введення його в оману<sup>13</sup>.

У цьому контексті слід погодитися з авторами, що, оскільки сучасний технологічний розвиток і цифровізація бізнес-процесів потребує нових підходів у правовому регулюванні споживчих відносин, концепція, яка зародилася декілька століть тому, є неактуальною. Однак ми вважаємо, що концепція “caveat emptor” може принести користь споживчим правовідносинам, якщо її використовувати для встановлення мінімальних рамок для споживача, щоб він був активним та уважним учасником споживчих правовідносин.

Х. Ролдан зазначив, що

у перші десятиліття ХХІ століття ми спостерігаємо додатковий поштовх на фронті прав споживачів і подальше послаблення принципу “покупець повинен бути обережним”. Філософія нульової толерантності означає, що будь-яка невдача однієї транзакції з точки зору захисту прав споживачів серед мільйонів подібних транзакцій призводить до все більш жорстких правил, які послаблюють принцип “caveat emptor”<sup>14</sup>.

Отже, принцип “caveat emptor”, враховуючи проспоживчий характер захисту прав споживачів, уже не є визначальним у паралелі відповідальності споживача та суб’єкта господарювання, оскільки тягар доведення задоволення інтересів споживача більшою мірою перекладено на суб’єкта господарювання. Проте, незважаючи на об’єктивні обставини (наприклад, неможливість фізичної перевірки товарів при онлайн-замовленні) та розвиток

<sup>11</sup> Shukri, Ismail, Markom (n 9).

<sup>12</sup> Parul Sinha, ‘Electronic Contracts and Consumer Protection: Does Legislation Provide Adequate Consumer Protection’ [2017] 23 Bharati Law Review 12.

<sup>13</sup> A M Adnan, N A Manap, Z Zakaria, ‘Analysis of caveat emptor application in online purchases’ [2021] 24 Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues 1–6.

<sup>14</sup> J M Roldán, ‘Caveat Emptor’ [2021] 233 SUERF Policy Brief <<https://www.suerf.org/publications/suerf-policy-notes-and-briefs/caveat-emptor>> (accessed: 29.07.2024).

інституту захисту прав споживачів, вважаємо, що цілком його виключати недоцільно.

С. Аль-Мамарі зазначив, що у країнах ЄС широко застосовується принцип “caveat emptor”: “нехай покупець остерегається”. Однак, хоча цей принцип лежить в основі законів про захист прав споживачів, важко сказати, до якої міри він застосовний<sup>15</sup>. Одним із аспектів застосування принципу “caveat emptor” у ЄС є законодавство про недобросовісні комерційні практики. Зокрема, у ньому вживається поняття “пересічний споживач”, який є доволі добре поінформованим і спостережливим та обачним, беручи до уваги соціальні, культурні та мовні фактори, як розтлумачено Судом ЄС<sup>16</sup>, а не будь-який інший.

Як зазначалося, на сьогодні у споживчих правовідносинах концепція “caveat emptor” змінилася на “caveat vendor”, і це правильно, враховуючи сутність цих правовідносин. Водночас концепція “caveat emptor” має залишатися складовою цих правовідносин з урахуванням їх сутності. Тобто споживач повинен мати певні обов’язки та бути відповідальним до певної розумної міри, що дасть змогу збалансувати споживчі правовідносини і врахувати інтереси суб’єкта господарювання також.

У законодавстві ЄС застосування цієї концепції ми можемо простежити у диференціації споживачів, наприклад, щодо пересічного споживача у контексті Директиви Європейського Парламенту і Ради № 2005/29/ЄС від 11 травня 2005 р. стосовно недобросовісних комерційних практик бізнесу щодо споживачів на внутрішньому ринку та внесення змін до Директиви Ради 84/450/ЄЕС, директив Європейського Парламенту і Ради 97/7/ЄС, 98/27/ЄС і 2002/65/ЄС та Регламенту Європейського Парламенту і Ради (ЄС) № 2006/2004 (“Директива про недобросовісні комерційні практики”)<sup>17</sup>, де споживач отримує дуже сильний захист, однак він повинен бути відповідальним при придбанні товарів чи послуг. Тож цей підхід встановлює певні межі для визначення відповідального споживача для отримання спеціального захисту.

На нашу думку, концепція “caveat emptor” у певному видозмінненні є складовою споживчих правовідносин, яка відображає необхідність обачного та уважного ставлення споживача до наданих йому привілейованих прав та має на меті уникнення зловживання такими. Це набуває відображення у встановленні певного мінімального рівня обов’язків споживача в контексті відповідального ставлення до придбання товарів, робіт чи послуг. Тобто принцип “caveat emptor” не має бути виключеним повністю зі споживчих правовідносин, а повинен мати обмежене застосування у них, гарантуючи (але не обмежуючись цим) мінімальний поріг відповідальності споживача.

<sup>15</sup> S Al-Mamari, ‘General Principles of Consumer Protection in E-Commerce Trade: A Comparative Study between Islamic Law and EU Laws’ (Doctoral Thesis 2019) 234.

<sup>16</sup> Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council (‘Unfair Commercial Practices Directive’) <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32005L0029>> (accessed: 07.12.2023).

<sup>17</sup> Directive 2005/29/EC (n 16).

І у цьому контексті слід погодитися із Х. Ролданом, який зазначив, що ‘комерційний рух, який добре функціонує, вимагає певної обачності, обережності всіх сторін, що беруть участь у будь-якій транзакції’<sup>18</sup>.

Тож вважаємо, що новітня концепція “caveat emptor” у споживчих правовідносинах повинна мати такий вигляд:

а) законодавче встановлення мінімального порогу обов’язків споживача;  
б) ці обов’язки мають проявлятися у відповідальному ставленні споживача до наданих йому прав, відсутності зловживання такими правами, а також у певній активності стосовно оцінки продукції при її придбанні;

с) ці обов’язки повинні бути диференційовані:  
– залежно від статусу споживача в конкретних правовідносинах (пересічний споживач, вразливий споживач);  
– ці обов’язки повинні бути диференційовані залежно від способу укладення споживчого договору та можливості фізичної оцінки продукції (в приміщенні, поза приміщенням, дистанційно).

Споживче законодавство встановлює особливі обов’язки, які притаманні саме споживачу як учаснику цивільних (споживчих) правовідносин. Ці особливі обов’язки були доволі вдало класифіковані О. Черняк, яка їх визначила як:

а) універсальні обов’язки споживача:  
– підтвердження наявності договірних відносин із виробником (продавцем), виконавцем;  
– ознайомлення із правилами експлуатації продукції до початку її використання; використання товару за цільовим призначенням і дотримання правил, установлених в експлуатаційній документації;  
– застосування визначених виробником засобів безпеки, передбачених для продукції такого роду;

б) спеціальні обов’язки: обов’язки споживача під час купівлі товарів; обов’язки споживача під час виконання робіт, надання послуг<sup>19</sup>. Отже, спеціальна група обов’язків, які притаманні лише споживачу як учаснику цивільних (споживчих) правовідносин також має свій внутрішній поділ на універсальні та спеціальні. Водночас у контексті цього дослідження розглянемо лише ті аспекти обов’язку, які стосуються концепції “caveat emptor”.

Крім того, варто зазначити, що суб’єктивний цивільний обов’язок теж має свою структуру, яка містить такі елементи:

1) необхідність вчинити певні дії або утриматися від них;  
2) необхідність зазнати негативних наслідків невиконання свого обов’язку;  
3) необхідність зобов’язаної особи відреагувати на звернені до неї законні вимоги особи, що має відповідне суб’єктивне право<sup>20</sup>. Відповідно обов’язок споживача віднаходить через свої елементи вираження в різних нормах актів цивільного та споживчого законодавства, а це свідчить про той факт, що обов’язки споживача повинні мати законодавче закріплення.

<sup>18</sup> Roldán (п 14).

<sup>19</sup> Черняк (п 2).

<sup>20</sup> Кіряк, Пацурківський, Гудима-Підвербецька (п 3) 27.

У контексті універсальних обов’язків слід навести ч. 3 ст. 4 Закону України “Про захист прав споживачів” № 1023-ХІІ (далі – Закон № 1023-ХІІ), згідно з якою споживачі зобов’язані:

1) перед початком експлуатації товару уважно ознайомитися з правилами експлуатації, викладеними в наданій виробником (продавцем, виконавцем) документації на товар;

2) в разі необхідності роз’яснення умов і правил використання товару – до початку використання товару звернутися за роз’ясненнями до продавця (виробника, виконавця) або до іншої вказаної в експлуатаційній документації особи, що виконує їх функції;

3) користуватися товаром згідно з його цільовим призначенням та дотримуватися умов (вимог, норм, правил), установлених виробником товару (виконавцем) у експлуатаційній документації;

4) з метою запобігання негативним для споживача наслідкам використання товару – застосовувати передбачені виробником у товарі засоби безпеки з дотриманням передбачених експлуатаційною документацією спеціальних правил, а за відсутності таких правил у документації – дотримуватися звичайних розумних заходів безпеки, установлених для товарів такого роду<sup>21</sup>.

Наведені обов’язки відображають чотири моделі поведінки споживача у споживчих правовідносинах. Зазначені моделі є особливими в контексті цивільних правовідносин і спрямовані на формування споживача як відповідального учасника цих правовідносин. При цьому зазначений підхід певним чином відображає принцип “caveat emptor” з урахуванням сутності споживчого законодавства.

Натомість новий Закон України “Про захист прав споживачів” від 10 червня 2023 р. № 3153-ІХ (далі – Закон № 3153-ІХ) більш стримано підходить до цих обов’язків споживачів. Так, у ч. 4 ст. 4 передбачено, що споживачі зобов’язані використовувати придбаний товар згідно з його цільовим призначенням та дотримуватися умов (вимог, норм, правил), установлених виробником товару (виконавцем) у експлуатаційній документації<sup>22</sup>.

На перший погляд, зазначена норма загалом зберігає концепцію, яка існує в чинному Законі № 1023-ХІІ, однак за ретельнішого вивчення можна дійти висновку, що такий підхід звужує обов’язки споживача в контексті отримання консультації в суб’єкта господарювання чи відповідного спеціаліста щодо умов та правил використання товару. Це може мати негативні наслідки, оскільки перекладає цей обов’язок фактично на суб’єкта господарювання. При цьому у відповідній документації не завжди може бути чітко роз’яснено такі умови та правила. Зазначене *de jure* звужує право суб’єкта господарювання у разі, коли споживач не ознайомився належним чином з умовами та правилами використання товару, якщо такі не є обов’язковими для викладення у документації з експлуатації.

<sup>21</sup> Про захист прав споживачів: Закон України від 12 травня 1991 р. № 1023-ХІІ <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>> (дата звернення: 29.07.2024).

<sup>22</sup> Про захист прав споживачів: Закон України від 10 червня 2023 р. № 3153-ІХ <<https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/3153-20#Text>> (дата звернення: 29.07.2024).



Отже, новітній підхід є більш загальним і може призводити до виникнення можливості щодо зловживання споживачем своїми правами. Проте слід зазначити, що стосовно здійснення цього права є складним спосіб його доведення. У цьому контексті цікавою є думка О. Черняк, яка вважає, що

важливим елементом у механізмі відповідальності як продавця (виробника, виконавця), так і споживача може стати розписка споживача, яку необхідно включати в технічний паспорт або гарантійний талон тощо. Не зайвим також буде її дублювання у талоні для продавця із зазначенням номера гарантійного талона, прізвища та підпису споживача. Розписка споживача має свідчити, зокрема: про факт отримання інформації про призначення, правила та умови експлуатації, зберігання та гарантійне обслуговування продукції; про якість і комплектність товару, зокрема відсутність механічних пошкоджень (подряпин, тріщин тощо), у момент придбання продукції, а якщо вона доставляється продавцем (виробником, виконавцем) – у момент її отримання. Розписка саме про отримання інформації про продукцію більш коректна, ніж про ознайомлення з нею, оскільки, на нашу думку, ознайомитись споживачу з таким обсягом інформації під час придбання продукції неможливо. Але разом із тим така розписка не позбавляє продавця (виробника, виконавця) обов'язку роз'яснити умови експлуатації продукції за умови, якщо споживач неспроможний буде це зробити самостійно<sup>23</sup>.

Наведене міркування є цікавим і, на нашу думку, дасть змогу підсилити підтвердження виконання обов'язку споживача щодо звернення до суб'єкта господарювання за роз'ясненням. Тобто це може полегшити спосіб доведення здійснення споживачем свого права чи відмови від нього. Отже, вважаємо, що ч. 4 ст. 4 Закону № 3153-IX доцільно доповнити абзацом другим такого змісту: *“У разі необхідності роз'яснення умов та правил використання товару – до початку використання товару звернутися за роз'ясненнями до продавця (виробника, виконавця) або до іншої вказаної в експлуатаційній документації особи, що виконує їхні функції”*.

Крім того, у контексті надання цифрового контенту та/або цифрової послуги цікавим є застосування принципу “caveat vendor” разом із принципом “caveat emptor”. Так, слід зазначити, що за загальним правилом частин 1–3 ст. 10 Закону України “Про цифровий контент та цифрові послуги”<sup>24</sup> від 10 серпня 2023 р. тягар доказування надання цифрового контенту та/або цифрової послуги відповідно до цього Закону покладається на виконавця. Однак частиною четвертою згаданої статті передбачено, що ці положення щодо тягара доказування не застосовуються, якщо виконавець доведе, що цифрове середовище споживача несумісне з технічними вимогами цифрового контенту та/або цифрової послуги і чітко та зрозуміло повідомив споживачу про такі вимоги до укладення договору.

Відповідно у ч. 5 ст. 10 цього Закону про цифровий контент та цифрові послуги визначено, що споживач зобов'язаний співпрацювати з виконавцем тією мірою, якою це можливо і необхідно для того, щоб з'ясувати, чи є

<sup>23</sup> Черняк (н 2).

<sup>24</sup> Про цифровий контент та цифрові послуги: Закон України від 10 серпня 2023 р. № 3321-IX <<https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/3321-20#Text>> (дата звернення: 29.07.2024).

причиною невідповідності цифрового контенту та/або цифрової послуги на момент надання цифрового контенту та/або цифрової послуги несумісність із цифровим середовищем споживача; обов’язок співпраці обмежується технічно доступними засобами, які є найменш обтяжливими для споживача. Проте, якщо споживач не виконує обов’язок співпраці, і виконавець чітко й зрозуміло повідомив споживачу про таку вимогу до укладення договору, тягар доказування невідповідності покладається на споживача<sup>25</sup>. Отже, наведені норми вдало показують можливість застосування принципу “caveat emptor” як допоміжного із принципом “caveat venditor”.

Отже, можна зробити висновок, що придбання продукції в мережі Інтернет є доволі специфічним, оскільки процес такого придбання реалізується засобами електронного зв’язку і може бути технологічно складним. При цьому загальновідомо, що придбати продукцію в мережі Інтернет набагато простіше, ніж відмовитися від неї після такого придбання. Це, зокрема, і впливає на те, що пропонуваній нами підхід щодо застосування концепції “caveat emptor” саме в таких ситуаціях повинен бути диференційованим, тобто ще більше обмеженим.

Отже, згадані положення зобов’язують споживача бути активним учасником споживчих правовідносин і не зловживати наданими правами. Це також є певною страховкою для суб’єкта господарювання.

У світлі наведеного вище можна зробити висновок, що споживчі відносини значно еволюціонували та отримали відповідне правове регулювання на користь споживача, тобто надання йому значного комплексу спеціальних прав. Це своєю чергою справедливо вимагає установлення певних обов’язків для споживача, відповідно до яких споживач буде активним учасником споживчих правовідносин та не зловживатиме наданими правами. Такий підхід дасть змогу сформувати мінімальні рамки відповідального споживача. І у цьому контексті слухним є міркування Ш. Нігам, яка зазначила, що

соціальні зміни неможливі, якщо споживачі як громадяни не будуть активно навчатися, організовуватися, агітувати, боротися за свої права та брати участь у зміцненні демократичного суспільства, вимагаючи безпечніших продуктів, кращих робочих місць, інклюзивних міст, здорових громад та чистого довкілля<sup>26</sup>.

Висновки. У світлі наведеного вище можна зробити висновок, що споживачі повинні бути активними учасниками споживчих правовідносин не тільки в контексті придбання товарів, робіт чи послуг, а й ефективного здійснення їхніх прав, спеціально наданих державою. І мінімальним законодавчим поштовхом для таких споживачів може бути установлення певних обов’язків для відповідальної поведінки споживачів у таких правовідносинах. Цей мінімальний поріг буде відображенням концепції “caveat emptor” у

<sup>25</sup> Закон № 3321-IX (н 24).

<sup>26</sup> S Nigam, ‘From Caveat Emptor to Caveat Venditor: The Consumer Protection Act 2019 And the Consumer Rights’ [2020] 34 (3) Legal News and Views 2–7.

сучасному її розумінні, яке є обмеженим з первинно історичним і враховує проспоживчий характер правового регулювання споживчих відносин.

Крім того, базуючись на думках науковців і законодавчому регулюванні споживчих відносин, вважаємо, що *суб'єктивний споживчий обов'язок можна розглядати як вид і міру належної та необхідної поведінки споживача, що встановлені правовою нормою та/або договором, забезпечені засобами примусу та заохочення, зумовлені особливим статусом споживача та повинні враховувати баланс інтересів усіх сторін споживчих правовідносин.*

## REFERENCES

### Bibliography

#### *Authored books*

1. Kapoor Sheetal, *Consumer and the Market* (Indian Institute of Public Administration 2017).
2. Kiriiaak O, Patsurkivskiy Yu, Hudyma-Pidverbetska M, Tsyvilne pravo (zahalna chastyna): navch. posibnyk (Chernivets. nats. un-t im. Yu Fedkovycha 2021).

#### *Journal articles*

3. Adnan A M, Manap N A, Zakaria Z, 'Analysis of caveat emptor application in online purchases' [2021] 24 Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues 1–6.
4. Barroso M, 'Bezoar stones, magic, science and art' [2013] 375 Geological Society of London Special Publications 193–207.
5. Maurer Andreas, 'Consumer Protection and Social Methods of Continental and Anglo-American Contract Law and the Transnational Outlook' [2007] 14 (2) Indiana Journal of Global Legal Studies 353.
6. Nigam S, 'From Caveat Emptor to Caveat Venditor: The Consumer Protection Act 2019 And the Consumer Rights' [2020] 34 (3) Legal News and Views 2–7.
7. Roldán J M, 'Caveat Emptor' [2021] 233 SUERF Policy Brief <<https://www.suerf.org/publications/suerf-policy-notes-and-briefs/caveat-emptor>> (accessed: 29.07.2024).
8. Shukri Mohd, Ismail Rahmah, Markom Ruzian, The application of caveat emptor and caveat venditor doctrines from civil and Islamic perspectives [2021] 28 Jurnal Undang-Undang dan Masyarakat 92–103.
9. Sinha Parul, 'Electronic Contracts and Consumer Protection: Does Legislation Provide Adequate Consumer Protection' [2017] 23 Bharati Law Review 12.
10. Cherniak O, 'Pravova pryroda obov'iazku spozhyvacha: dosvid Ukrainy ta YeS' [2013] 12 Pryvatne pravo i pidpriemnytstvo 184–189.

#### *Theses*

11. Al-Mamari S, 'General Principles of Consumer Protection in E-Commerce Trade: A Comparative Study between Islamic Law and EU Laws' (Doctoral Thesis 2019).
12. Nadon V, 'Sub'iektyvnyi obov'iazok yak element zmistu tsyvilnykh pravovidnosyn' (avto-ref dys d-ra yuryd nauk 2018).

#### *Websites*

13. Caveat emptor, Legal Information Institute (Cornell Law School) <[https://www.law.cornell.edu/wex/caveat\\_emptor](https://www.law.cornell.edu/wex/caveat_emptor)> (accessed: 28.07.2022).

Roman Pozhodzhuk

## APPLICATION OF THE CONCEPT OF ‘CAVEAT EMPTOR’ IN THE CONTEXT OF CONSUMER OBLIGATIONS

**ABSTRACT.** The article examines the doctrinal positions, EU law and national legislation on the essence of subjective consumer obligation. The study of the consumer’s obligation as an element of his or her status is quite relevant today. Thus, we are currently witnessing the evolution of consumer relations and the development of their legal regulation. Consumer legal relations are aimed at protecting their weakest party – the consumer. This focus is mediated by enhanced protection and privileged rights. However, as these legal relations become more distinct within civil relations and acquire independent significance, the issue of their balance is important. The definition of a consumer obligation as an element of the legal status of a consumer is a logical consequence of the establishment of the consumer protection system and is subject to a separate study.

The purpose of the article is to make a scientific and legal analysis of the legal essence of the subjective obligation of a consumer through the prism of a new understanding of the concept of ‘caveat emptor’.

The article notes that there are two concepts of seller-buyer relations. The first concept is ‘caveat emptor’, which originally reflected the idea of protecting individual interests from arbitrary intrusion by the state or society. The historical essence of the concept of ‘caveat emptor’ sought to reflect the good intentions that were imbued with the idea of individual freedom. At the same time, the course of time has shown the imperfection of this concept. Consumer legislation and the need to protect the weaker party to a consumer contract have changed the rules of the game. Thus, ‘caveat emptor’ was later replaced by the principle of ‘caveat venditor’ (i. e., the seller must be aware of the consumer’s needs), which was a natural process of establishing the consumer protection system.

At the same time, in modern conditions, although one concept has been replaced by another, it has not disappeared altogether. The concept of ‘caveat emptor’ remains as an embodiment of consumer obligations, although it is not decisive for the formation of legal regulation of consumer relations. Therefore, in view of the need to maintain a balance of interests of all parties to consumer legal relations, a certain limited use of the ‘caveat emptor’ concept should be envisaged at the legislative level.

As a result of the study, the author notes that consumers should be active participants in consumer legal relations not only in the context of purchasing products, but also in the effective exercise of their privileged rights. The author substantiates a new understanding of the concept of caveat emptor, which is that the law establishes certain minimum obligations for responsible consumer behaviour in such legal relations. This minimum will reflect the concept of ‘caveat emptor’ in its modern sense, which is limited to the primarily historical one and takes into account the pro-consumer nature of legal regulation of consumer relations.

**KEYWORDS:** consumer; subjective consumer obligation; caveat emptor; caveat venditor; consumer protection.