
6. Цивільне право України: Підручник: У 2-х кн.// За ред.. О.В. Дзери, Н.С. Кузнєцової. - К.: Юрінком Інтер, 2004. Т. 1. – 736 с.

7. Про деякі питання практики застосування норм Цивільного та Господарського кодексів України: Лист Вищого господарського суду України № 01-8/211 від 07.04.2008 р.// Вісник господарського судочинства 2008. - № 3.

Науковий керівник - Цюра В.В., доцент кафедри цивільного права КНУ ім. Тараса Шевченка, кандидат юридичних наук

ПРАВОВА ПРИРОДА ВЕНДІНГУ В УКРАЇНІ

*Щербинська Наталія Дмитрівна,
студентка 4-го курсу юридичного факультету
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка*

Вендінг (від англ. vending) – торгівля через автомати, один із трендових видів підприємницької діяльності в Україні. Ще починаючи з 60-х років ХХ століття, автомати використовувалися для продажу мінеральної води, поштових марок, цигарок тощо.

Актуальність даної теми полягає у тому, що з кожним роком перелік товарів, які продаються через автомати зростає. Однак, правова основа такої діяльності залишається недостатньо врегульованою. У цій доповіді спробуємо дослідити проблеми та особливості вендінгу.

У статті 703 Цивільного кодексу України (далі – ЦК України) закріплені правові норми для здійснення договору роздрібною купівлі-продажу товарів з використанням автоматів. Так, спираючись на положення цієї статті, ми можемо зробити попередній висновок, що вендінг є різновидом договору роздрібною купівлі-продажу. У різні періоди часу цьому питанню приділяли увагу такі вчені як Усманов О. У., Язев В. А., Дзера О. В., Брагінський М. І., Вітрянський В. В. та інші. Очевидним є те, що предметом такого договору буде товар, який завжди має речовий характер. Прикладами товарів, які продаються з використанням автоматів можуть бути: напої, їжа, солодощі, предмети особистої гігієни, газети тощо. Згідно із ст. 698 ЦК України сторонами такого договору є продавець, який здійснює підприємницьку діяльність з продажу товару та покупець, який використовує цей товар для особистого, домашнього або іншого вжитку, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю.

На думку, Сергеева А. П. та Толстого Ю. К., продаж товарів через автомати є типічним прикладом публічної оферти. Норму про публічність вендінгу закріплено в загальних положеннях про договір роздрібною купівлі-продажу та у ч. 1 ст. 703 ЦК України, де законодавець зобов'язує продавця доводити до покупців інформацію про товар та про дії, які необхідно вчинити покупцеві для одержання товару.

Основний обов'язок покупця – оплатити придбаний товар. З точки зору Усманова О. У., опускаючи гроші в автомат, покупець одночасно укладає та виконує договір роздрібною купівлі-продажу. Відповідно до ч. 1 ст. 206 ЦК України правочини, які повністю виконуються сторонами у момент їх вчинення, можуть вчинятися усно.

Окрім, вище згаданих різновидів вендінгу, існують автомати, діяльність яких можна віднести до сфери надання послуг. Як приклад використаємо автомати, за допомогою яких споживачі оплачують рахунки мобільного та інших видів

зв'язку, так звані платіжні термінали. Дані правовідносини, за своєю суттю, згідно із ст. 901 ЦК України є договором про надання послуг, коли одна сторона (виконавець) зобов'язується за завданням другої сторони (замовника) надати послугу, яка споживається в процесі вчинення певної дії або здійснення певної діяльності, а замовник зобов'язується оплатити виконавцеві зазначену послугу, якщо інше не встановлено договором. Сплачуючи гроші за інтернет, замовник споживає в процесі вчинення такої дії, послугу по перерахуванню коштів, яку надає платіжний термінал. Теж саме стосується фотокіосків. Особа споживає послугу фотографування в процесі її надання. Тобто, результат діяльності таких автоматів має нематеріальне вираження.

За відсутності спеціального нормативно-правового регулювання відносин з використання вище згаданих видів вендингу, доводиться застосовувати загальні положення глави 63 ЦК України про послуги. У процесі застосування відразу помічаємо протиріччя між законодавством та практикою. До таких недоречностей належить, зокрема, те, що у ЦК України відсутні спеціальні вимоги до сторін договору про надання послуг. Однак, як зазначає Васильєва В. А., пунктом 1 Постанови Пленуму Верховного Суду України від 12 квітня 1996р. «Про практику розгляду цивільних прав про захист прав споживачів» передбачено, що відносини між громадянином, який замовляє, використовує послуги для власних побутових потреб та підприємством, установою, організацією чи громадянином-підприємцем, регулює Закон України «Про захист прав споживачів» (далі – Закон). Так, у п. 3 ст. 1 Закону закріплено вимогу про те, що виконавець повинен бути суб'єктом господарювання, який виконує роботи або надає послуги.

За ознакою публічності договір про надання послуг за допомогою автоматів подібний до договору роздрібної купівлі-продажу. Виконуючи вимоги ст. 15 Закону про права споживача на інформацію про продукцію, виконавець одночасно пропонує укласти договір невизначеному колу осіб.

Користуючись платіжним терміналом, споживач, який опустив гроші в автомат, має можливість на певній стадії передумати і повернути свої гроші. Так, згідно із п. 34 Правил побутового обслуговування населення, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 12 травня 1994 р. (далі – Правила) замовник має право анулювати замовлення і розірвати угоду з власної ініціативи до закінчення терміну його виконання. Таким чином, з'ясувавши, що момент укладення та виконання договору про надання послуг при використанні автоматів не співпадають, можна припустити, що такі договори здійснюються у простій письмовій формі. Відповідно до п. 13 Правил розрахунковими документами, які засвідчують факт надання послуги, можуть бути: касовий чек та квитанція. Ці документи підтверджують оплату послуги, і вважаються письмовою формою договору.

Отже, проаналізувавши особливості різних видів вендингу, можна зробити висновок, що даним правовідносинам властиві ознаки договору роздрібної купівлі-продажу та договору про надання послуг. Така двоякість у правовому регулюванні гальмує розвиток даного виду підприємницької діяльності, сприяє зловживанням. Вендинг є одним із найперспективніших видів малого бізнесу, який користується значною популярністю серед споживачів. З огляду на це, на мою думку, варто внести зміни до діючого законодавства України. Зокрема, на рівні єдиного підзаконного нормативно-правового акту встановити правове регулювання вендингу або, принаймні, включити окремі положення про нього у чинні законодавчі акти.

Науковий керівник – Отрадна О. О., канд. юрид. наук, доцент Київського національного університету імені Тараса Шевченка