

### 3.4. Особливості правового регулювання роздрібно́ї торговельної діяльності

Виробництво, розподіл та реалізація товарів становить основу внутрішньої торгівлі. Вироблені товари випускаються у вільний обіг і збуваються кінцевому споживачу через мережу роздрібно́ї торгівлі. Роздрібна торгівля виступає сполучною ланкою між виробництвом та споживанням товарів населенням. У сфері роздрібно́ї торгівлі обертається велика маса товарів і грошових коштів, створюються додана вартість і робочі місця. Це робить роздрібну торгівлю однією із невід’ємних складових частин національної економіки, яка наразі перебуває у процесі трансформації і розвитку.

З огляду на ключове значення роздрібно́ї торгівлі для розвитку національної економіки необхідно з’ясувати правові та організаційні засади функціонування мережі роздрібно́ї торгівлі в Україні. Правове регулювання економічних процесів передбачає чітке розуміння природи і сутності об’єктів, що регулюються, а також вивчення їх особливостей.

У наукових колах існує велика кількість визначень поняття «роздрібно́ї торгівлі», але водночас серед науковців немає єдиної позиції щодо розуміння поняття «мережі роздрібно́ї торгівлі».

На думку О. М. Азаряна, під роздрібною торгівлею необхідно розглядати – будь-який бізнес, що зосереджує свої маркетингові зусилля на задоволенні кінцевого споживача на основі такого засобу поширення, як організація продажу товарів і послуг<sup>374</sup>.

О. С. Шуміло пропонує розглядати це поняття в чотирьох аспектах: по-перше, як частину сфери товарного обігу, що опосередковує обмін продуктами праці за допомогою грошей; по-друге, як самостійну галузь економіки, яка представлена посередниками між виробництвом і кінцевим споживанням на різних ринках товарів і послуг; по-третє, як індикатор стану товарних ринків й економіки країни в цілому; по-четверте, як специфічний вид бізнесу<sup>375</sup>.

---

<sup>374</sup> Азарян О. М. Роздрібна торгівля: розвиток та інновації : монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. 375 с.

<sup>375</sup> Шуміло О. С. Теоретико-методологічні засади управління економічною безпекою підприємств роздрібно́ї торгівлі. Харків : Видавництво «Лідер», 2018. 378 с.

Щодо правового аспекту дослідження вказаного поняття, то чинним законодавством передбачено декілька визначень і термінів. Згідно з пп. 4.1, 4.2, 4.4 Розділу 4 ДСТУ 4303:2004 «Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять» торгівля – це вид економічної діяльності у сфері товарообігу і просування товарів від виробника до споживача у формі купівлі-продажу та надавання пов'язаних із цим послуг<sup>376</sup>.

Торговельна діяльність розуміється як ініціативна, систематична, виконувана на власний ризик для одержання прибутку діяльність юридичних і фізичних осіб щодо купівлі та продажу товарів кінцевим споживачам або посередницькі операції, або діяльність із надання агентських, представницьких, комісійних та інших послуг у просуванні товарів від виробника до споживача<sup>377</sup>.

Водночас роздрібна торгівля – це вид економічної діяльності у сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачу та надання йому торговельних послуг<sup>378</sup>.

Відповідно до п. 2.1 Інструкції щодо заповнення форм державних статистичних спостережень стосовно торгової мережі та мережі ресторанного господарства роздрібна торгівля – це вид економічної діяльності суб'єктів господарювання з продажу (без перероблення) населенню нових та вживаних товарів, призначених переважно для споживання громадянами (приватними особами) або домашніми господарствами, у магазинах, універсальних магазинах, лавках і кіосках, поштових торгових фірмах тощо<sup>379</sup>.

Роздрібна купівля-продаж товарів здійснюється на підставі договірних відносин між продавцями і покупцями та регулюється положеннями § 2 Глави 54 ЦК України. Так, відповідно до ч. 1 ст. 698

---

<sup>376</sup> Національний стандарт України «Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять. ДСТУ 4303:2004». URL : <https://www.victorija.ua/wp-content/uploads/2022/04/rozdrubna-ta-optova-torhivlia-dstu-4303-2004.pdf> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>377</sup> Там само.

<sup>378</sup> Там само.

<sup>379</sup> Про затвердження Інструкції щодо заповнення форм державних статистичних спостережень стосовно торгової мережі та мережі ресторанного господарства : наказ Держкомстату України № 327 від 24.10.2005 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1350-05#Text> (дата звернення: 25.10.2022).

### Розділ 3. Спеціальні умови здійснення окремих форм господарсько-торговельної діяльності: правова характеристика

ЦК України за договором роздрібної купівлі-продажу, продавець, який здійснює підприємницьку діяльність з продажу товару, зобов'язується передати покупцеві товар, що звичайно призначається для особистого, домашнього або іншого використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю, а покупець зобов'язується прийняти товар і оплатити його<sup>380</sup>. Указаний вид договору є публічним. До відносин за договором роздрібної купівлі – продажу з участю покупця-фізичної особи, не врегульованих ЦК, застосовується законодавство про захист прав споживачів<sup>381</sup>.

Істотними умовами договору роздрібної купівлі-продажу є предмет договору, мета придбання товару, ціна товару. Особливостями договору є публічна пропозиція продавцем укласти договір, що виражається в рекламуванні товару, зверненні до невизначеного кола осіб, виставлянні / демонстрації товару, усна або письмова форма укладення договору, оплатність набуття права власності на товар, адже покупець зобов'язаний оплатити товар за ціною, оголошеною продавцем у момент укладення договору, якщо інше не встановлено законом або не впливає із суті зобов'язання<sup>382</sup>.

З вищенаведеного вбачається, що основною метою роздрібної торгівлі є одержання прибутку від реалізації товарів та надання пов'язаних з торгівлею послуг для задоволення потреб кінцевих споживачів.

Роздрібна торгівля – апріорі справа ризикована, оскільки власникам закладів торгівлі постійно доводиться задовольняти мінливий попит серед споживачів на товари і готову продукцію та одночасно дбати про збереження товарів, нести відповідальність за їх якість та безпечність.

Для роздрібної торгівлі характерні такі ознаки:

– це вид підприємницької діяльності, що здійснюється суб'єктами господарювання систематично на власний ризик у комерційних цілях;

---

<sup>380</sup> Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 435-IV // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15/conv/sp:max50:nav7:font2#n3446> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>381</sup> Там само.

<sup>382</sup> Там само.

## Господарсько-торговельна діяльність в Україні: теорія і практика правового регулювання

---

– основним змістом торговельної діяльності є продаж товарів, при цьому можуть виконуватися супутні роботи й надаватися різноманітні послуги. До супутніх робіт належать, до прикладу, фасування, пакування тощо, а послуги роздрібної торгівлі доволі чисельні, наприклад, догляд за дітьми, подарункове оформлення покупок, доставка покупок тощо;

– товари реалізуються безпосередньо громадянам або іншим кінцевим споживачам для особистого некомерційного використання;

– під час купівлі товару покупець зобов'язаний оплатити його ціну, встановлену закладом роздрібної торгівлі на момент продажу, товари реалізуються за готівку або іншими, прирівненими до неї платіжними засобами (кредитні картки банків, перерахування з рахунків вкладників банків тощо);

– продаж товару здійснюється поштучно або дрібними партіями;

– організація торгівлі у закладах роздрібної торгівлі здійснюється у формі продажу через прилавок або методом самообслуговування, що передбачає вільний доступ покупців до товару;

– провадження роздрібної торгівлі передбачає створення та використання торговельної інфраструктури;

– заклади роздрібної торгівлі конкурують між собою за покупців;

– у роздрібній торгівлі можуть продавати лише товари певного асортименту (продовольчі та непродовольчі товари, горілчані та тютюнові вироби, лікарські засоби та вироби медичного призначення, деякі хімічні речовини, транспортні засоби та номерні агрегати, ювелірні вироби, окремі види зброї, боєприпасів і спеціальних засобів, деякі інші товари). Цей асортимент вужчий, ніж в оптовій торгівлі, але набагато ширший, ніж у сфері громадського харчування;

– для збільшення товарообігу і максимізації прибутків власниками закладів роздрібної торгівлі застосовуються маркетингові технології, спрямовані на стимулювання спонтанних рішень покупців та здійснення незапланованих покупок.

Однією з особливостей роздрібної торгівлі є створення та використання торговельної мережі, а саме: взаємопов'язаних об'єктів торговельної діяльності, що управляються з єдиного центру, реалізують єдину цінову і маркетингову політику. Мережеві форми організації роздрібної торгівлі мають низку конкурентних переваг, порівняно з іншими видами торговельної діяльності, оскільки вони дозволяють

### Розділ 3. Спеціальні умови здійснення окремих форм господарсько-торговельної діяльності: правова характеристика

закуповувати товари у постачальників за оптовими цінами і продавати кінцевим споживачам за середньоринковою ціною, забезпечують доступність товару для вільного вибору споживачів, пропонують систему спекулятивних знижок, оперативно задовольняють мінливий попит на найбільш затребувані серед споживачів групи товарів і супутні послуги на конкретний проміжок часу, знижують трансакційні витрати, пришвидшують товарообіг і приносять більші прибутки.

Н. О. Власова та О. В. Колчакова під торговельною мережею пропонують розуміти сукупність торговельних об'єктів, які мають єдині принципи управління, об'єднані однотиповою назвою, асортиментною та ціновою політикою, стратегією розвитку і функціонування<sup>383</sup>.

Під торговельним об'єктом розуміється спеціально призначене та обладнане приміщення, в якому здійснюється купівля-продаж товарів і надання пов'язаних із цим послуг. Сукупність стаціонарних, тимчасових або пересувних об'єктів (закладів), організованих для роздрібного продажу товарів, утворюють торгіву мережу (або мережу роздрібної торгівлі)<sup>384</sup>.

Відповідно до Класифікатора економічної діяльності роздрібна торгівля поділяється на:

- роздрібну торгівлю в неспеціалізованих магазинах (КВЕД 47.1);
- роздрібну торгівлю продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами у спеціалізованих магазинах (КВЕД 47.2);
- роздрібну торгівлю пальним (КВЕД 47.3);
- роздрібну торгівлю інформаційним і комунікаційним устаткуванням у спеціалізованих магазинах (КВЕД 47.4);
- роздрібну торгівлю іншими товарами господарського призначення в спеціалізованих магазинах (КВЕД 47.5);
- роздрібну торгівлю товарами культурного призначення та товарами для відпочинку у спеціалізованих магазинах (КВЕД 47.6);
- роздрібну торгівлю іншими товарами у спеціалізованих магазинах (КВЕД 47.7);

<sup>383</sup> Власова Н. О., Колчакова О. В. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку : монографія / Харківський державний університет харчування та торгівлі. Х., 2012. 255, [16–17] с.

<sup>384</sup> Національний стандарт України «Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять. ДСТУ 4303:2004». URL : <https://www.victorija.ua/wp-content/uploads/2022/04/rozdrubna-ta-optova-torhivlia-dstu-4303-2004.pdf> (дата звернення: 15.11.2022).

## Господарсько-торговельна діяльність в Україні: теорія і практика правового регулювання

---

- роздрібну торгівлю з лотків і на ринках (КВЕД 47.8);
- роздрібну торгівлю поза магазинами (КВЕД 47.9)<sup>385</sup>.

Залежно від способу розташування об'єктів (закладів) роздрібною торгівлі остання розподіляється на стаціонарну, напівстаціонарну та торгівлю поза магазинами (включаючи пересувну).

Стаціонарна мережа роздрібною торгівлі – це сукупність об'єктів роздрібною торгівлі, що розміщені в капітальних будівлях, мають систему спеціальних приміщень, оснащених торгово-технологічним устаткуванням<sup>386</sup>. Стаціонарна мережа функціонує у вигляді об'єктів роздрібною торгівлі – магазинів.

Під магазином (крамницею) у національному законодавстві прийнято розглядати об'єкт стаціонарної роздрібною торгівлі, розміщений у відокремленій будівлі або приміщенні, що має торговий зал для покупців з достатньою торговою площею для їх обслуговування та систему спеціальних приміщень (для зберігання товарів, підготовки їх для продажу, підсобних, адміністративних, технічних тощо), оснащених торгово-технологічним устаткуванням, застосовує різні форми продажу товарів у широкому асортименті, надає населенню додаткові послуги, забезпечує високу культуру торгівлі<sup>387</sup>.

Однією з особливостей магазину є наявність різної за обсягом торгової площі. Торгова площа включає в себе всю корисну площу приміщення магазину, яке використовується для задоволення потреб споживачів у придбанні товару. Залежно від розміру торгової площі магазини розподіляються на такі магазини: менше 20 кв. м; від 20 кв. м до 60 кв. м; від 60 кв. м до 120 кв. м; від 120 кв. м до 400 кв. м; від 400 кв. м до 2 500 кв. м; від 2 500 кв. м до 5 000 кв. м; від 5 000 кв. м і більше<sup>388</sup>.

---

<sup>385</sup> Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 : наказ Держспоживстандарту України № 457 від 11.10.2010 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10/sp:max50:nav7:font2#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>386</sup> Про затвердження Інструкції щодо заповнення форм державних статистичних спостережень стосовно торгової мережі та мережі ресторанного господарства : наказ Держкомстату України № 327 від 24.10.2005 року // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1350-05#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>387</sup> Там само.

<sup>388</sup> Там само.

### **Розділ 3. Спеціальні умови здійснення окремих форм господарсько-торговельної діяльності: правова характеристика**

---

За формами обслуговування (торгівлі) вирізняються магазини самообслуговування; торгівля через прилавок; торгівля за зразками<sup>389</sup>.

В умовах високої конкуренції найбільшого поширення на сьогодні отримали саме магазини самообслуговування, де кожний бажаючий може безперешкодно обирати товар та вільно пересуватись торговельним залом. Залежно від призначення товарів, що реалізуються, магазини поділяються на продовольчі та непродовольчі. Зі свого боку, продовольчі магазини поділяються на продовольчі спеціалізовані та продовольчі неспеціалізовані. Споживчий ринок України характеризується наявністю переважно спеціалізованих продовольчих магазинів, які зустрічаються в будь-якому населеному пункті. Варто зазначити, що класифікація об'єктів роздрібної торгівлі, що міститься в національному законодавстві, є застарілою та не враховує динамічних процесів, які скорегували господарську діяльність суб'єктів роздрібної торгівлі, що призвело до зміни форм організації торговельної діяльності. Це відповідно посприяло виникненню нових форм ведення роздрібної торговельної діяльності. Саме тому розвиток ритейлінгового бізнесу зараз відбувається шляхом нарощення показників реалізації товарів і супутніх комерційних послуг, залучення додаткових покупців, використання нових маркетингових стратегій стимулювання купівельної активності, просування культури самообслуговування, гнучкої цінової політики, збільшення кількості магазинів біля дому, що працюють у продовженому або цілодобовому режимі.

У процесі торговельної діяльності роздрібна торгівля розв'язує двоєдине завдання: задовольняє мінливі та зростаючі потреби кінцевого споживача в товарах та послугах і забезпечує створення прибутку суб'єкта господарювання.

Сучасна роздрібна торгівля здійснюється в різноманітних формах, які змінюються й доповнюються під впливом розвитку науково-технічного прогресу, впровадження новітніх засобів обчислювальної техніки, інформаційних технологій і телекомунікаційних мереж.

---

<sup>389</sup> Про затвердження Інструкції щодо заповнення форм державних статистичних спостережень стосовно торгової мережі та мережі ресторанного господарства : наказ Держкомстату України № 327 від 24.10.2005 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1350-05#Text> (дата звернення: 15.10.2022).

## Господарсько-торговельна діяльність в Україні: теорія і практика правового регулювання

---

Форми роздрібної торгівлі можна класифікувати за такими ознаками:

– за місцем виконання розрізняють:

1) магазинну роздрібну торгівлю, на яку припадає переважна частина роздрібного товарообігу. Здійснюється в магазинах, які розміщені в окремих будівлях або приміщеннях і мають торговельну залу для покупців;

2) дрібно-роздрібну торгівлю, зокрема й пересувну. Здійснюється через мережу нестационарних торгових об'єктів, які не мають торговельних залів: лотки, намети, автомати, автомагазини тощо. Через дрібно-роздрібну торговельну мережу дозволена реалізація продовольчих і непродовольчих товарів лише простого асортименту. Роздрібна торгівля через дрібно-роздрібну торговельну мережу є однією з форм позамагазинного продажу товарів.

– за методами обслуговування вирізняють:

1) продаж товарів із прилавка. Характеризується особистим контактом продавця та покупця в магазині;

2) магазини самообслуговування. Контакт із продавцем анонімний, покупець має можливість легкого, вільного й самостійного вибору товару із багатьох, розміщених у торговельній залі;

3) торгівлю за зразками;

4) торгівлю за каталогами;

5) посилкову торгівлю;

6) торгівлю за попередніми замовленнями;

7) електронну торгівлю.

Спільною для останніх п'яти форм роздрібної торгівлі є обмеженість безпосереднього контакту продавця із покупцем; не відіграє суттєвої ролі віддаленість покупця, широкий асортимент пропонованих товарів із повною інформацією про ціни та якість дає покупцеві змогу прийняти у спокійній обстановці рішення про покупку.

– за правом власності на товар, що продається, розрізняють:

1) комісійну роздрібну торгівлю. Реалізація товарів, прийнятих від юридичних та фізичних осіб на комісійних засадах, тобто право власності на товар зберігається за комітентом до моменту його продажу покупцеві;



### **Розділ 3. Спеціальні умови здійснення окремих форм господарсько-торговельної діяльності: правова характеристика**

---

2) фірмову роздрібну торгівлю. Фірмова торгівля – це продаж товарів безпосередньо її виробниками, а також відокремленими структурними підрозділами цих товаровиробників, які не мають статусу юридичної особи.

– за формою розрахунків можна вирізнити:

1) роздрібну торгівлю за готівку та іншими прирівненими до неї платіжними засобами;

2) торгівлю у кредит і за безготівковим розрахунком. Торгівля за безготівковим розрахунком належить до роздрібною лише у випадках, передбачених чинними нормативними актами.

Форми організації роздрібною торгівлі впливають на вибір типу підприємства сфери торгівлі, яке реалізує споживчі товари в роздріб і надає послуги, призначені винятково для кінцевих споживачів.

В Україні за останні роки роздрібна мережа сильно змінилась – розширився асортимент, збільшився розмір підприємств, насамперед, розмір торгових площ.

М. В. Чорна зазначає, що важливим фактором розвитку роздрібною торгівлі стали активні трансформації у сфері матеріально-технічної бази торгівлі, пов'язані з появою нових форматів торговельних об'єктів. Завдяки зростанню роздрібних мереж збільшується кількість магазинів, які відповідають новим сучасним форматам<sup>390</sup>.

Формат магазину – складне поняття, яке залежно від сукупності значної кількості факторів визначає стандарти і технологію роботи об'єкта роздрібною торгівлі.

Формат торгівлі – це сукупність параметрів, за якими визначається належність торговельного підприємства (як мережевого або незалежного) до одного з розповсюджених у світовій практиці видів. До основних параметрів, які визначають належність торговельного підприємства до певного формату торгівлі, відносять: 1) площу торговельного залу; 2) кількість асортиментних найменувань; 3) кількість розрахунково-касових вузлів; 4) наявність продукції власного виробництва; 5) форму обслуговування; 6) чисельність персоналу; 7) середню кількість покупок за день; 8) вид ціни; 9) сервіс, що надається;

---

<sup>390</sup> Чорна М. В., Кушнір Т. Б., Волосов А. М. Світовий рітейл: тенденції розвитку та конкурентні позиції. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка*. 2016. Вип. 1(1). С. 293–300.

10) години роботи; 11) оборот за певний період (день, місяць, рік); 12) оборот з одиниці площі; 13) площу складських, допоміжних, адміністративних приміщень.

Від вибору формату значною мірою залежатимуть планування торговельного залу, набір обладнання, кількість персоналу, асортимент, принципи розстановки товару, вибір рекламоносіїв.

У Державних будівельних нормах України «Будинки і споруди. Підприємства торгівлі. ДБН В.2.2-23:2009» від 1 липня 2009 року надається визначення понять та обов'язкові вимоги до приміщень роздрібної торгівлі залежно від їх класифікаційної відповідності, а саме асортименту, площі, форми обслуговування та особливостей будівлі. Підприємства торгівлі за цією класифікацією можуть бути поділені на кіоск, магазин, вбудований магазин (крамницю), вбудовано-прибудований магазин (крамницю), павільйон, універмаг, торговельний центр, універсам (супермаркет), мінімаркет, гіпермаркет, ринковий комплекс, прибудований магазин (крамницю)<sup>391</sup>.

Від вибору формату значною мірою залежатимуть планування торговельного залу, набір обладнання, кількість персоналу, асортимент, принципи розстановки товару, вибір рекламоносіїв.

Роздрібні торговельні підприємства класифікуються за такими ознаками:

- вид асортименту, що реалізується.

Асортимент товарів – важлива ознака класифікації підприємств роздрібної торгівлі. Залежно від виду асортименту розрізняють такі види магазинів: універсальні, спеціалізовані, вузькоспеціалізовані магазини, магазини з комбінованим асортиментом, магазини зі змішаним асортиментом товарів.

Універсальні магазини – магазини, що реалізують універсальний асортимент продовольчих та/або непродовольчих товарів. Прикладом універсальних продовольчих магазинів є: універсам (супермаркет), гіпермаркет; універсальних непродовольчих – універмаг.

Під спеціалізацією у торгівлі розуміють обмеження асортименту товарів однієї або кількома товарними групами. Спеціалізація магазинів – це форма розподілу праці між магазинами з продажу окремих груп товарів з метою найбільш повного задоволення попиту населення.

---

<sup>391</sup> ДБН В. 2.2-23:2009 «Підприємства торгівлі. Будинки і споруди»: Державні будівельні норми України. URL : <https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-267>

### Розділ 3. Спеціальні умови здійснення окремих форм господарсько-торговельної діяльності: правова характеристика

Спеціалізовані магазини – магазини, що реалізують одну групу товарів («Одяг», «Взуття», «Меблі» тощо) або частину товарної групи («Дитячий одяг», «Спортивні товари»). Якщо спеціалізований магазин, крім основної групи товарів, у незначній кількості торгує супутніми товарами, то він вважається спеціалізованим.

Вузькоспеціалізовані магазини – магазини вузьконаправленого, проте комплексного асортименту («Товари для дітей», «Товари для дому», «Спорт і туризм»). Ці магазини пропонують вузький, але глибокий асортимент товарів, так як працюють з однією товарною групою або її частиною. Товарообіг від товарів основного асортименту становить 80 %. Основна відмінна риса – насиченість і глибина асортименту, а також надання сервісних послуг під час вибору товару.

Магазини з комбінованим асортиментом товарів – магазини, що реалізують кілька споріднених груп товарів, пов'язаних єдністю попиту (наприклад, «Галантерея – парфумерія») або задовольняють будь-які потреби покупців («Господарські товари», «Товари для садівника» тощо).

Магазини зі змішаним асортиментом товарів – магазини, що реалізують окремі види продовольчих і непродовольчих товарів;

- формати.

За форматами торгівлі розрізняють: універмаг, гіпермаркет, універсам (супермаркет), міні-маркет, конвінієнс стор, магазин-склад, торговельний центр, ринковий комплекс.

Універмаг – магазин (крамниця) торговельною площею понад 2500 м<sup>2</sup> із широким асортиментом непродовольчих товарів понад 10 тисяч асортиментних позицій<sup>392</sup>.

Гіпермаркет – магазин (крамниця) самообслуговування торговельною площею понад 2 500 м<sup>2</sup> з асортиментом продовольчих та непродовольчих товарів понад 15 тисяч асортиментних позицій<sup>393</sup>.

Універсам (супермаркет) – магазин (крамниця) самообслуговування торговельною площею від 400 м<sup>2</sup> до 2 499 м<sup>2</sup> з асортиментом продовольчих і непродовольчих товарів понад 5 тис. асортиментних позицій. Зауважимо, що цей магазин має широкий спектр продовольчих

---

<sup>392</sup> ДБН В. 2.2-23:2009 «Підприємства торгівлі. Будинки і споруди» : Державні будівельні норми України. URL : <https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-267>

<sup>393</sup> Там само.

## Господарсько-торговельна діяльність в Україні: теорія і практика правового регулювання

---

товарів, але через незначну площу має меншу кількість непродовольчих товарів<sup>394</sup>.

Міні-маркет – магазин (крамниця) самообслуговування торговельною площею до 200 м<sup>2</sup> з асортиментом продовольчих товарів не менше 500 асортиментних позицій<sup>395</sup>.

Конвінієнс стор («зручний магазин») – невеликий магазин з продовженими годинами роботи і з обмеженим асортиментом продуктів високого ступеня готовності (як доповнення до великого магазину). Це маленькі магазини площею від 20 до 300 м<sup>2</sup> з асортиментом від 500 до 1 500 найменувань. Здебільшого магазин розташовується в легкодоступному та зручному місці, має невелику стоянку для автомашин і часто реалізує бензин, тому може розташовуватися на автозаправках<sup>396</sup>.

Магазин-склад – підприємство роздрібної торгівлі з торговою площею від 650 м<sup>2</sup>, що реалізує продовольчі і/або непродовольчі товари універсального асортименту (за методом самообслуговування) переважно з транспортної тари населенню, підприємствам для подальшого перепродажу, для використання в дрібному виробництві або надання послуг населенню<sup>397</sup>.

Торговельний центр – група торговельних об'єктів, зосереджених в одному місці і керованих як одне ціле, які за своїми типами, розмірами та місцем розташування функціонально відповідають потребам торговельної зони, яку вони обслуговують<sup>398</sup>.

Ринковий комплекс – комплекс взаємопов'язаних підприємств ринкової торгівлі з підприємствами роздрібної торгівлі та підприємствами харчування, побутового і комунального обслуговування (приоб'єктний готель)<sup>399</sup>;

---

<sup>394</sup> ДБН В. 2.2-23:2009 «Підприємства торгівлі. Будинки і споруди»: Державні будівельні норми України. URL : <https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-267>

<sup>395</sup> Там само.

<sup>396</sup> Форми організації роздрібної торгівлі і класифікація роздрібних торговельних підприємств. Сучасні формати (типи) роздрібних торгових підприємств. URL : <http://um.co.ua/9/9-5/9-54241.html>

<sup>397</sup> Там само.

<sup>398</sup> ДБН В. 2.2-23:2009 «Підприємства торгівлі. Будинки і споруди»: Державні будівельні норми України. URL : <https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-267>

<sup>399</sup> Там само.

### Розділ 3. Спеціальні умови здійснення окремих форм господарсько-торговельної діяльності: правова характеристика

---

- рівень цін.

За рівнем роздрібних цін розрізняють такі формати магазинів роздрібною торгівлі, як дискаунтер, дисконтний магазин, комісійний магазин, секонд хенд, стоковий магазин.

Дискаунтер – продовольчий магазин із торговою площею від 1 000 м<sup>2</sup>, такий формат найбільш поширений в Європі, де і з'явився (Німеччина); існує у двох різних версіях:

- жорсткий дискаунтер (hard discount store), який майже повністю орієнтований на власні торгові марки і низький рівень цін;
- м'який дискаунтер (soft discount stores), що пропонує більш широкий вибір фірмових виробів і свіжих продуктів харчування<sup>400</sup>.

Дисконтний магазин – здійснює продаж товарів зі знижкою власникам спеціальних дисконтних карток, які можуть бути поіменні та на пред'явника. Фінансова схема роботи з дисконтними картками встановлюється продавцем: справляється певна авансова сума, може сплачуватись вартість виготовлення картки або картка видається безкоштовно за умови купівлі товару на велику суму<sup>401</sup>.

Комісійний магазин – магазин, що здійснює роздрібний продаж товарів, прийнятих від юридичних або фізичних осіб на комісійних засадах. Власник товару, що здав його у магазин, отримує заздалегідь обумовлений відсоток від його вартості після реалізації. Вартість товару встановлюється за згодою продавця.

Секонд хенд – магазин, що реалізує зовсім дешеві непродовольчі товари, що були раніше у вжитку. Речі однопрофільного призначення можуть групуватись і продаватись за принципом «усе за єдиною ціною».

Стоковий магазин – це магазин, у якому розпродуються товари попередніх сезонів з уцінкою. Це дорогі товари відомих марок, які з причини завершення сезону і непродажу їх за високими цінами у бутиках надходять у стоковий магазин і реалізуються за нижчими цінами.

Аналізуючи нормативно-правову базу, бачимо, що відсутні тлумачення деяких наявних форматів роздрібною торгівлі, таких як, наприклад, бутик, дискаунтер, дрогері, молл, торговельно-розважальний

---

<sup>400</sup> Основні формати роздрібною торгівлі. URL : <http://commercialproperty.ua/references/retail.php>

<sup>401</sup> Характеристика магазинів за рівнем роздрібних цін. URL : <https://infopedia.su/18xf4e3.html>

## **Господарсько-торговельна діяльність в Україні: теорія і практика правового регулювання**

---

центр, торгова галерея, торговельний дім тощо. Однак у практиці розвитку роздрібної торгівлі вони є, а отже, необхідно мати загальну уяву щодо змісту кожного з них.

Нижче назвемо формати, які існують у діловому осередку, проте не використовуються в науковій літературі. Ці формати застосовуються у роздрібній торгівлі непродовольчими товарами, функціонують у межах сучасних торговельних центрів.

Бутік (фр. boutique – невеликий магазин модних і дорогих товарів). Магазин ексклюзивного одягу й аксесуарів, які можуть бути офіційними торговими точками знаменитих будинків моди. Бутіки бувають монобрендовими і мультибрендовими.

Концепт стор (англ. concept store – багатофункціональний магазин). У нашій країні вони не досить поширені, але в Європі користуються популярністю. Концепт стори припускають, що продаються в них предмети, часто абсолютно різноманітні, але їх об'єднує якась ідея, концепт.

Корнер (англ. corner – кут) – відділ, фірмова секція будь-якої марки одягу, косметики, що міститься не в окремому, відгородженому стіною і дверима приміщенні, а в загальному просторі великої торгової площі, але з власним оригінальним оформленням, з використанням рекламної атрибутики.

Шоу-рум (англ. showroom – демонстраційний зал) – це приміщення з демонстраційним залом, де виставлені зразки колекцій брендів, що представляються.

Аутлет (англ. outlet – ринок збуту; retail outlet) – це той же формат дисконту, що спеціалізується на продажу брендів одягу зі значними знижками. Концепція цього формату – дати споживачам можливість купувати якісний одяг відомих брендів зі знижками від 30 до 80 %. Більшість аутлетів розташовується у промислових або заміських зонах, що економить витрати на оренду торгової площі. Як правило, це не поодинокі магазини, а великі торговельні центри (наприклад, Аутлет-центр «Мануфактура», м. Київ).

ПопАп Стор (Pop-Up Store – від англ. pop-up – вискакує). Кожен магазин працює певний відрізок часу і зникає. Здебільшого існують у прохідній частині торговельних центрів.

### Розділ 3. Спеціальні умови здійснення окремих форм господарсько-торговельної діяльності: правова характеристика

---

Дрогері (нім. *drogerie* – аптекарський магазин). Він, на відміну від класичної аптеки, є магазином самообслуговування, що пропонує побутову хімію, засоби гігієни і косметики, аксесуари, біжутерію, іграшки та білизну. Оминуті ці формати було неможливо з точки зору того, що аналіз ринку продуктового рітейлу проводять і за такими ознаками класифікації.

Сучасний торговельно-розважальний центр (молл) – це багатофункціональна громадська будівля, що включає сукупність магазинів та інших закладів: кафе, бари, казино, кінотеатр, боулінг, інші розважальні заклади, які надають культурно-розважальні та соціально-побутові послуги. Основним видом послуг, що надають торговельно-розважальні центри, є послуги торгівлі та різні види розваг.

В усіх ТРЦ присутня значна кількість різноманітних торговельних закладів, які надають широкий асортимент послуг з купівлі-продажу промислових і продовольчих товарів.

Визначення ТРЦ у ДБН В. 2.2-23:2009 «Підприємства торгівлі. Будинки і споруди» немає, проте сам термін «торгово-розважальний центр» підказує, що до зазначеного вище визначення торговельного центру додано розважальну функцію<sup>402</sup>. К. Мезенцев у статті дає визначення: «ТРЦ – це одна або кілька будівель, що включають сукупність магазинів та різноманітних закладів, що надають культурно-розважальні та соціально-побутові послуги, які об'єднані між собою пішохідними алеями»<sup>403</sup>.

Крім визначення, К. Мезенцев визначає мол як синонім ТРЦ. Ототожнює ці два поняття у своїх роботах і Л. В. Ключко<sup>404</sup>.

ТРЦ відіграють значну роль у структурі роздрібною торговельної мережі. Порівнюючи торговельно-розважальний центр із традиційним магазином, необхідно зазначити основні принципові відмінності. По-перше, на відміну від магазину, який отримує прибуток від торговельної

---

<sup>402</sup> ДБН В. 2.2-23:2009 «Підприємства торгівлі. Будинки і споруди» : Державні будівельні норми України. URL : <https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-267>

<sup>403</sup> Мезенцев К. Публічні простори Києва: забезпеченість населення та сучасна трансформація. *Часопис соціально-економічної географії* : міжрегіональний зб. наук. пр. Х., 2011. Вип. 11(2). С. 52.

<sup>404</sup> Ключко Л. В. Суспільно-географічні особливості торгово-розважальних центрів як публічних просторів м. Харкова. *Економічна та соціальна географія*. 2014. Вип. 1 (69). С. 186–193.

## **Господарсько-торговельна діяльність в Україні: теорія і практика правового регулювання**

---

діяльності, основним джерелом прибутку торговельно-розважального центру є здача торговельних площ в оренду. По-друге, дослідження показали, що торгово-розважальні центри надають споживачам нові функціональні корисності, які неприйнятні іншим формам торгівлі – комунікативну і соціальну, які не надають інші формати роздрібно торгівлі.

Ні в одному нормативно-правовому акті нашої держави не закріплено поняття торгово-розважального центру, тому вважаємо за доцільне внести зміни до чинного законодавства та закріпити правовий статус ТРЦ та вищезгаданих підприємств, які існують у діловому осередку, зокрема до ДБН В. 2.2-23:2009 «Підприємства торгівлі. Будинки і споруди», до Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів» та, за умови прийняття, до Закону України «Про внутрішню торгівлю».

На своєму шляху від виробника до споживача товари, зазвичай, проходять низку етапів (закупівля сировини, виробництво, розподіл у порядку оптової торгівлі), опосередкованих різними правовими формами.

Однією із таких правових форм, яка найбільш відповідає ринковим відносинам і, по суті, є універсальною формою фіксування товарно-грошових відносин, є договір. За допомогою договорів опосередковуються зв'язки між суб'єктами господарсько-торговельної діяльності, а також між ними та покупцями. Вивчення сучасних законодавчих особливостей укладення договорів у сфері господарсько-торговельної діяльності має сенс у контексті трансформації форм торгівлі та об'єктів господарсько-торгових угод відповідно.

Загальновідомо, що господарсько-торговельна діяльність опосередковується як публічно-торговельними відносинами (які пов'язані з державним регулюванням), так і приватно-торговельними. До форм здійснення господарсько-торговельної діяльності, передбачених ч. 3 ст. 263 ГК України, належать: матеріально-технічне постачання і збут (поставка і купівля-продаж); енергопостачання; заготівля (договір контрактації сільськогосподарської продукції); оптова торгівля; роздрібна торгівля і громадське харчування; продаж і передача в оренду засобів виробництва; комерційне посередництво у здійсненні



### Розділ 3. Спеціальні умови здійснення окремих форм господарсько-торговельної діяльності: правова характеристика

торговельної діяльності та інша допоміжна діяльність із забезпечення реалізації товарів (послуг) у сфері обігу (агентські договори, комісії, доручення, транспортно-експедиційної діяльності тощо)<sup>405</sup>. Тобто наведений перелік господарських договорів, якими опосередковується господарсько-торговельна діяльність, не є вичерпним.

Сучасна юридична думка договором визнає угоду двох або більше сторін про встановлення, зміну або припинення відповідних прав та обов'язків. Аналізуючи відносини, у сфері яких широко застосовується господарський договір, А. А. Манжула та В. І. Куріпко зазначають, що він (договір) є правовою формою взаємовідносин господарюючих суб'єктів між собою, що визначає їх майнові зобов'язання і спрямований на досягнення певного результату господарювання. Саме тому у визначенні поняття «господарський договір» варто враховувати і загальні категорії майнового договору, і особливі його ознаки, відображені у господарському законодавстві<sup>406</sup>.

У зв'язку із цим слушним є висновок про те, що господарський договір – це регулятор конкретних (одиничних) господарських відносин (зв'язків) між суб'єктами господарської діяльності, умови дії якого визначають самі суб'єкти.

Сучасні потреби у сфері реалізації продукції характеризуються кількома специфічними особливостями, які полягають в одночасному розвитку таких способів реалізації продукції, як комерційне посередництво, виробничо-збутова діяльність підприємств, ярмаркова, аукціонна та біржова торгівля, торгівля з використанням інтернет-магазинів та поштового зв'язку тощо.

У юридичній літературі зустрічається класифікація торгових договорів, яка поділяє їх на чотири групи:

- 1) реалізаційні договори;
- 2) посередницькі договори;
- 3) договори, що сприяють торгівлі;
- 4) організаційні договори.

<sup>405</sup> Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>406</sup> Манжула А. А., Куріпко В. І. Особливості укладення договорів у сфері господарсько-торговельної діяльності. *Наукові записки. Серія: право*. 2021. Випуск 10. С. 30–33.

## Господарсько-торговельна діяльність в Україні: теорія і практика правового регулювання

---

Договори на реалізацію майна є найчисленнішою групою договорів у сфері торговельної діяльності.

Правове регулювання відносин, пов'язаних з договорами на реалізацію майна, здійснюється:

– Господарським кодексом України (щодо поставки – стст. 264–271, контрактації сільськогосподарської продукції – стст. 272–274, енергопостачання – стст. 275–277)<sup>407</sup>;

– Цивільним кодексом щодо купівлі продажу – стст. 655–697, поставки – ст. 712, контрактації сільськогосподарської продукції – ст. 713, постачання енергетичними та іншими ресурсами через приєднану мережу – ст. 714, міни – стст. 715–716<sup>408</sup>;

– спеціальними законами: «Про захист прав споживачів»<sup>409</sup>, «Про трубопровідний транспорт»<sup>410</sup>, «Про ринок електричної енергії»<sup>411</sup>, «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності»<sup>412</sup>, «Про нафту і газ»<sup>413</sup> та ін.), а також численними підзаконними нормативно-правовими актами.

Зміст торгово-господарського договору становить його умови як узгоджені сторонами, так і ті, які приймаються ними як обов'язкові відповідно до чинного законодавства. Причому переважна більшість

---

<sup>407</sup> Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>408</sup> Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 435-IV // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>409</sup> Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>410</sup> Про трубопровідний транспорт : Закон України від 15.05.1996 №192/96-ВР // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/192/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>411</sup> Про ринок електричної енергії : Закон України від 13.04.2017 № 2019-VIII // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2019-19#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>412</sup> Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності : Закон України від 23.12.1998 №351-XIV // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/351-14#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>413</sup> Про нафту і газ : Закон України від 12.07.2001 № 2665-III // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2665-14#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

### **Розділ 3. Спеціальні умови здійснення окремих форм господарсько-торговельної діяльності: правова характеристика**

правових норм, що визначають умови договорів, має диспозитивний характер. Це означає, що сторони в договорі можуть відступити від їх змісту і врегулювати свої відносини на власний розсуд як зазначено в ст. 6 ЦК України<sup>414</sup>.

Відповідно до ч. 1 ст. 698 ЦК України договір роздрібної купівлі-продажу – це договір, за яким продавець, який здійснює підприємницьку діяльність з продажу товарів, зобов'язується передати покупцеві товар, що звичайно призначається для особистого, домашнього або іншого використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю, а покупець зобов'язується прийняти товар і оплатити його<sup>415</sup>.

Договір роздрібної купівлі-продажу товарів, як і всі цивільно-правові договори, містить дві основні стадії укладення – оферту та акцепт. Договір роздрібної купівлі-продажу товарів належить до договорів приєднання, де акцептант фактично долучається до завчасно встановлених оферентом умов. Специфікою такого договору також є те, що він є публічним договором і укладається за правилами публічної оферти відповідно до ст. 698 ЦК України<sup>416</sup>. Отже, підприємець, який займається роздрібною торгівлею, бере на себе обов'язок здійснювати продаж товарів кожному, хто до нього звернеться згідно зі ст. 633 ЦК України<sup>417</sup>.

Ураховуючи той факт, що продавець у договорі роздрібної купівлі-продажу товарів фактично не підпадає під принцип свободи договору у частині щодо вільного вибору контрагента, оскільки не може вирішувати самостійно і на власний розсуд, із яким покупцем йому укласти договір та чи укласти договір взагалі, то першим кроком, необхідним для укладення як договору роздрібної купівлі-продажу, так і іншого цивільно-правового договору, є дія сторони, що полягає у пропозиції укласти договір іншій стороні, або оферта, від якої надалі залежить виникнення договірних правовідносин.

Законодавство не встановлює особливих вимог щодо форми публічної оферти. Відтак вона може бути зроблена як в усній (під час безпосереднього спілкування сторін) чи письмовій формі (коли оферент

---

<sup>414</sup> Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 435-IV // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>415</sup> Там само.

<sup>416</sup> Там само.

<sup>417</sup> Там само.

## Господарсько-торговельна діяльність в Україні: теорія і практика правового регулювання

---

направляє лист чи проект договору), так і за допомогою вчинення конклюдентних дій (наприклад, у випадках публічної оферти, коли продавець виставляє товар у магазині)<sup>418</sup>.

Зазначаючи про оферту у договорі роздрібної купівлі-продажу товарів, варто зазначити, що вимоги до її змісту різняться залежно від способу її поширення та не є однаковими.

Ч. 1 ст. 699 ЦК України встановлює вимоги до змісту публічної оферти, яка розповсюджується за допомогою реклами чи каталогів. Так, пропозиція товару в рекламі, каталогах, а також інших описах товару, звернених до невизначеного кола осіб, є публічною пропозицією укласти договір, якщо вона містить усі істотні умови договору<sup>419</sup>. Наведена норма містить правило, протилежне закріпленому у ч. 2 ст. 641 ЦК України, а це свідчить про те, що законодавець відступив від загального правила, встановленого для оферти, надавши продавцям більш гнучкі механізми для реалізації своїх товарів<sup>420</sup>.

У положеннях ч. 2 ст. 699 ЦК України закріплено й інший вид публічної оферти, можливий у договорі роздрібної купівлі-продажу товарів. Так, виставлення товару, демонстрація його зразків або надання відомостей про товар (описів, каталогів, фотознімків тощо) у місцях його продажу є публічною пропозицією укласти договір незалежно від того, чи вказана ціна та інші істотні умови договору купівлі-продажу, крім випадків, коли продавець визначив, що відповідний товар не призначений для продажу<sup>421</sup>.

Другим кроком, необхідним для укладення договору роздрібної купівлі-продажу товарів, є надання покупцем акцепту, щодо форми якого у ЦК України також не існує спеціальних вимог. Відтак акцепт покупця, як і оферта продавця, можуть бути надані як в усній, так і у письмовій формі, а також шляхом вчинення конклюдентних дій.

Ч. 1 ст. 640 ЦК України момент укладення договору пов'язує із моментом одержання особою, яка направила пропозицію укласти договір, відповіді про прийняття цієї пропозиції. За загальним правилом,

---

<sup>418</sup> Денисюк В. В. Оферта як стадія укладення цивільно-правового договору. *Часопис цивілістики*. 2013. Вип. 14. С. 91–95, 92.

<sup>419</sup> Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 435-IV // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>420</sup> Там само.

<sup>421</sup> Там само.

### **Розділ 3. Спеціальні умови здійснення окремих форм господарсько-торговельної діяльності: правова характеристика**

---

договір вважається укладеним, якщо сторони в належній формі досягли згоди з усіх істотних умов договору (ст. 638 ЦК України)<sup>422</sup>. Отже, щоб договір вважався укладеним, крім обов'язковості досягнення сторонами згоди з істотних умов договору, необхідним є ще дотримання встановленої форми договору.

У ст. 205 ЦК України передбачено дві можливі форми зовнішнього волевиявлення сторін – усна або письмова (електронна).

ЦК України не встановлює вимог щодо необхідності додержання сторонами конкретної форми в укладенні договору роздрібної купівлі-продажу товарів. Водночас відсутність у ЦК України положень щодо форми такого договору не можна віднести до позитивних аспектів, адже неврегульованість подібних питань може призвести до зловживань із боку продавців і, як наслідок, до порушення прав покупців, які не завжди мають спеціальні знання у цій галузі. Також ЦК України не містить положень, які б визначали, з якого моменту договір роздрібної купівлі-продажу товарів вважається укладеним, за виключенням, коли продаж товарів здійснюється з використанням автоматів, де такий різновид договору роздрібної купівлі-продажу товарів вважається укладеним із моменту вчинення покупцем дій, необхідних для одержання товару (ст. 703 ЦК України)<sup>423</sup>.

Більш ширше і детальніше щодо форми договору відображено у п. 7 ст. 1 Закону України «Про захист прав споживачів», де зазначено, що договором є усний чи письмовий правочин між споживачем і продавцем про якість, терміни, ціну та інші умови, за яких реалізується продукція, а підтвердження вчинення усного правочину оформляється квитанцією, товарним чи касовим чеком, квитком, талоном або іншими документами<sup>424</sup>. Проте наведена стаття не містить чітко сформульованого положення щодо власне моменту укладення такого усного договору. Деяка відповідь на поставлене питання міститься у судовій практиці, де оплату товару у разі укладення усного договору

---

<sup>422</sup> Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 435-IV // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>423</sup> Там само.

<sup>424</sup> Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

## Господарсько-торговельна діяльність в Україні: теорія і практика правового регулювання

---

роздрібної купівлі-продажу товарів прийнято вважати і моментом укладення договору, і одночасним проявом акцепту покупцем<sup>425</sup> [11], що вбачається цілком виправданим, адже лише дія щодо оплати товару може розцінюватися як повне і безумовне погодження покупця з усіма істотними умовами договору роздрібної купівлі-продажу товарів.

Погоджуємося з позицією А. О. Паєнок, що договір роздрібної купівлі-продажу товарів усно варто укладати тоді, коли відсутній часовий проміжок між моментами виникнення і припинення прав та обов'язків між сторонами, а точніше, коли він укладається і виконується на місці і фактично одномоментно. Коли часовий проміжок між укладенням і виконанням договору роздрібної купівлі-продажу товарів присутній, доцільним видається його оформлення у письмовій формі, що надалі допоможе сторонам уникнути багатьох непорозумінь та посприє захисту їх прав<sup>426</sup>.

Незважаючи на той факт, що Закон України «Про захист прав споживачів» як підтвердження укладення усного договору роздрібної купівлі-продажу товарів, крім квитанції, товарного чи касового чеку, допускає й інші документи, суди у трактуванні документів, які можуть підтверджувати укладення цього договору, часто допускаються помилок. Наприклад, Луцьким міськрайонним судом Волинської області не було взято до уваги розписку продавця про продаж товару покупцеві як факту, який здатен підтвердити укладення договору роздрібної купівлі-продажу товарів, адже, на переконання суду, таким доказом може бути лише розрахунковий документ<sup>427</sup>. Однак, відповідно до загальних засад вчинення правочину, а саме відповідно до ч. 2 ст. 206 ЦК України, вчинення усного правочину підтверджується документом, що містить підставу сплати суму одержаних коштів<sup>428</sup>.

---

<sup>425</sup> Рішення Кам'янка-Бузького районного суду Львівської області від 26 серпня 2015р. у справі № 446/96/15-ц. Єдиний державний реєстр судових рішень. URL : <http://reyestr.court.gov.ua/Review/54320419> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>426</sup> Паєнок А. О. Правова характеристика порядку укладення договору роздрібної купівлі-продажу товарів. *Науковий вісник публічного та приватного права*. 2017. Випуск 5, т. 1. С. 102–107, 105 с.

<sup>427</sup> Рішення Луцького міськрайонного суду Волинської області від 17 лютого 2016 р. у справі № 161/14631/15-ц. Єдиний державний реєстр судових рішень. URL : <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/55990176> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>428</sup> Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 435-IV // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

### **Розділ 3. Спеціальні умови здійснення окремих форм господарсько-торговельної діяльності: правова характеристика**

---

Зважаючи на позицію законодавця, на нашу думку, суд все ж таки мав взяти до уваги наявність розписки та оцінити її як доказ укладення усного договору. Абсолютно протилежне рішення прийняте Теплицьким районним судом Вінницької області, який у розгляді справи врахував розписку продавця як доказ укладення договору роздрібною купівлі-продажу товарів<sup>429</sup>.

Досить специфічною та нерегульованою є процедура укладення та визначеності форми (усна чи письмова) договору роздрібною купівлі-продажу товарів, що укладається за допомогою засобів дистанційного зв'язку, враховуючи, що вільний рух товарів та послуг впливає не лише на бізнес-сектор, але й також на окремих людей, а це означає необхідність для споживачів бути здатними отримувати доступ до товарів та послуг, що надають інші держави, на тих самих умовах, що і для населення їхніх держав.

Для споживачів транскордонний дистанційний продаж може бути одним з найбільш істотних наслідків наповнення внутрішнього ринку, зважаючи на те, що для стабільного функціонування внутрішнього ринку ведення споживачем підприємницької діяльності поза межами держави є істотним, навіть якщо на території держави постійного проживання споживача розміщена філія підприємства;

На сьогодні запровадження новітніх технологій збільшує кількість способів отримання споживачами інформації про пропозиції в будь-якому місці та розміщення замовлень.

Відповідно до Правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями, договір, укладений на відстані, укладається за допомогою використання сторонами засобів дистанційного зв'язку, зокрема таких як телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі «Інтернет» тощо<sup>430</sup>.

Аналізуючи положення Директиви 97/7/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про захист прав споживачів у дистанційних контрактах»

---

<sup>429</sup> Рішення Теплицького районного суду Вінницької області від 29 вересня 2015 р. у справі № 144/1026/15-ц. Єдиний державний реєстр судових рішень. URL : <http://reyestr.court.gov.ua/Яey^/51595051> (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>430</sup> Про затвердження Правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями : наказ Міністерства економіки України від 19 квітня 2007 р. № 103 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1181-07#Text> (дата звернення: 15.11.2022).

## Господарсько-торговельна діяльність в Україні: теорія і практика правового регулювання

---

від 20 травня 1997 року<sup>431</sup>, можна зауважити, що її положення зосереджені не на визначенні форми дистанційних договорів, а радше на тонкощах регулювання питань, пов'язаних із використанням засобів дистанційного зв'язку під час укладення таких договорів.

Моментом укладення дистанційного договору роздрібної купівлі-продажу товарів у простій письмовій формі необхідно вважати ту ж видачу покупцеві розрахункового документа, який фактично є підтвердженням оплати товару, тобто підтвердженням виконання з боку покупця свого обов'язку. Але на практиці, у разі придбання товару за допомогою засобів дистанційного зв'язку найчастіше зустрічаються два види оплати такого товару, а саме: попередня оплата та оплата товару після його одержання.

Отже, коли умовами оферти встановлена оплата товару після його одержання, моментом укладення дистанційного договору роздрібної купівлі-продажу товарів необхідно вважати момент направлення покупцем продавцю згоди на укладення договору (акцепту) у вигляді або заповненого бланку, або у формі звичайного повідомлення, або натискання відповідної клавіші тощо. Якщо умовами оферти встановлена попередня оплата товару, то моментом укладення дистанційного договору роздрібної купівлі-продажу товарів вважатиметься оплата товару, яка і відіграватиме роль акцепту<sup>432</sup>.

Отже, господарсько-торгові відносини становлять платформу поліпшення договірних відносин під час їх виникнення між суб'єктами господарювання. Зазначимо, що такі відносини врегульовуються поза сферою приватного права та окреслюються у площині публічних відносин. У сучасних реаліях трансформація правового регулювання торгово-господарського та договірного законодавства є одним із ключових завдань української правової науки як одного з аспектів ефективності встановлення позитивних торговельних комунікацій між Україною та країнами ЄС у рамках інтеграційних процесів економіки.

---

<sup>431</sup>Про захист прав споживачів в дистанційних контрактах: Директива Європейського парламенту та Ради № 97/7/ЄС від 20 травня 1997 р. // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_245#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_245#Text) (дата звернення: 15.11.2022).

<sup>432</sup> Паєнок А. О. Правова характеристика порядку укладення договору роздрібної купівлі-продажу товарів. *Науковий вісник публічного та приватного права*. 2017. Випуск 5, т. 1. С. 102–107, 106.