

УДК 347.451:347.78:004

DOI [https://doi.org/10.32782/2304-1587/2026-28-1\(42\)-5](https://doi.org/10.32782/2304-1587/2026-28-1(42)-5)

ЗАХИСТ СЛАБКОЇ СТОРОНИ У СПОЖИВЧИХ ПРАВОВІДНОСИНАХ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ВІД ТРАДИЦІЙНОГО ДОГОВОРУ ДО КЛІКУ МИШКОЮ

Кізлова Олена Сергіївна,

доктор юридичних наук, професор,

професор кафедри цивільно-правових дисциплін та статистики,

Міжнародний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9001-1568>

У статті досліджуються особливості захисту слабкої сторони у споживчих правовідносинах в умовах цифрової трансформації договірних моделей. Особлива увага приділяється еволюції договірної форми – від традиційного договору до електронних форматів укладення шляхом взаємодії з інтерфейсом, зокрема через механізми натискання кнопки погодження. Обґрунтовується, що формалізація процесу укладення договорів у цифровому середовищі призводить до розриву між технічним актом погодження та реальним волевиявленням споживача. У даному науковому дослідженні аналізується концепція «значущої згоди» як інтегративного стандарту, що відображає якісні характеристики волевиявлення, а також її співвідношення з поняттям інформованої згоди.

У дослідженні використано системний метод, який дозволив розглянути окремі види договірних цифрових відносин. Формально-юридичний метод застосовано для аналізу положень національного законодавства у сфері електронної комерції та захисту прав споживачів, а також актів права Європейського Союзу. Порівняльно-правовий метод дав змогу дослідити підходи ЄС до забезпечення поінформованості споживача, прозорості договірних умов та гарантій свободи волевиявлення у цифровому середовищі.

Теоретичне значення дослідження полягає у розвитку наукового розуміння концепції слабкої сторони як багатомірної категорії, що включає не лише економічні, а й процедурні та когнітивні аспекти. Практичне значення полягає у формулюванні підходів до вдосконалення правового регулювання споживчих відносин у цифрову епоху, зокрема шляхом запровадження диференційованих вимог до способів отримання згоди, а також підвищення стандартів доступності та зрозумілості договірної інформації.

Ключові слова: слабка сторона, споживчі правовідносини, електронна комерція, цифровий договір, згода, договір приєднання, право на інформацію, захист споживача.

Kizlova Olena. Protection of the Weaker Party in Consumer Legal Relations in the Digital Age: From the Traditional Contract to a Mouse Click

The article examines the specific features of protecting the weaker party in consumer legal relations under conditions of digital transformation of contractual models. Particular attention is paid to the evolution of the contractual form – from traditional contracts to electronic formats concluded through interaction with a user interface, in particular by clicking an «agree» button. It is substantiated that the formalization of the contract formation process in the digital environment leads to a gap between the technical act of consent and the actual expression of the consumer's will. The study analyzes the concept of «meaningful consent» as an integrative standard reflecting the qualitative characteristics of consent, as well as its relationship with the concept of informed consent.

The research employs a systemic method, which made it possible to examine specific types of digital contractual relations. The formal legal method was used to analyze the provisions of national legislation in the field of electronic commerce and consumer protection, as well as the legal acts of the European Union. The comparative legal method enabled the study of EU approaches to ensuring consumer awareness, transparency of contractual terms, and guarantees of freedom of expression of will in the digital environment.

The theoretical significance of the study lies in the development of the scientific understanding of the concept of the weaker party as a multidimensional category encompassing not only economic but also procedural and cognitive aspects. The practical significance lies in formulating approaches to improving the legal regulation of consumer relations in the digital age, in particular through the introduction of differentiated requirements for obtaining consent, as well as enhancing the standards of accessibility and comprehensibility of contractual information.

Key words: weaker party, consumer legal relations, electronic commerce, digital contract, consent, contract of adhesion, right to information, consumer protection.

Вступ. Сучасний цивільний оборот переживає фундаментальну трансформацію, спричинену стрімким розвитком цифрових технологій. Якщо ще наприкінці ХХ століття укладення договору передбачало безпосередній контакт сторін, обговорення умов і свідомий підпис, то сьогодні мільярди угод укладаються щоденно через натискання кнопки, прокручування сторінки або просту продовжену взаємодію з цифровою платформою. Зазначена зміна не є суто технічною – вона несе глибокі правові наслідки, переосмислюючи саму природу договірної угоди та принцип автономії волі.

Особливої актуальності сьогодні набуває питання захисту слабкої сторони договору. Якщо класична цивілістична доктрина пов'язувала поняття «слабкої сторони» переважно з категорією споживача – фізичної особи, що діє поза межами підприємницької діяльності, – то цифрова епоха суттєво ускладнила цю категорію. Інформаційна асиметрія між технологічними платформами та користувачами, використання алгоритмічних технологій для впливу на поведінку споживачів, маніпулятивні інтерфейсні практики та неможливість реального ознайомлення з умовами стандартизованих угод – усе це породжує нові форми уразливості, що виходять далеко за межі традиційного розуміння споживчого захисту.

Вказане питання привертає увагу ще й через євроінтеграційні процесів: прийняте *acquis* ЄС у сфері цифрових контрактів формує нові правові стандарти, яким вітчизняне законодавство України наразі не відповідає в повній мірі. Виявлення та усунення зазначених прогалин є одним із ключових завдань сучасної цивілістичної доктрини і безпосереднє завдання сучасної науки.

Матеріали та методи. Емпіричною базою дослідження є нормативні акти, що регулюють споживчі правовідносини та електронну комерцію, зокрема Конституція України, Цивільний кодекс України, Закон України «Про захист прав споживачів», Закон України «Про електронну комерцію», а також акти права Європейського Союзу у відповідній сфері. Дослідженню проблем захисту слабкої сторони у споживчих правовідносинах, а також трансформації договірних прав в умовах цифровізації присвячено праці таких науковців, як О. С. Яворська, Н. С. Кузнецова, Р. О. Стефанчук, І. В. Спасибо-Фатєєва, О. В. Дзера, В. В. Луць, Д. В. Бобровник та інших. У їхніх роботах розкрито фундаментальні засади договірних прав, концепцію слабкої сторони, механізми захисту прав споживачів, а також окремі аспекти впливу цифрових технологій на договірні відносини. Водночас, попри значний внесок науковців у розроблення загальнотеоретичних і галузевих аспектів захисту прав споживачів, питання трансформації концепції «слабкої сторони» у цифровому середовищі, зокрема в умовах використання стандартизованих електронних договорів, інтерфейсних механізмів погодження та алгоритмічного впливу на поведінку споживача, залишаються недостатньо дослідженими.

Методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові методи пізнання (аналіз і синтез, індукція та дедукція), що дали змогу визначити сутність трансформації договірних відносин у цифровому середовищі та особливості концепції «слабкої сторони». Системний метод дозволив розглянути цифрові споживчі правовідносини як цілісну сукупність взаємопов'язаних правових і технологічних елементів. Формально-юридичний метод застосовано для аналізу положень національного законодавства та актів права Європейського Союзу у сфері електронної комерції та захисту прав споживачів, а порівняльно-правовий метод – для дослідження підходів ЄС до забезпечення поінформованості споживача, прозорості договірних умов та гарантій свободи волевиявлення у цифровому середовищі.

Метою статті є комплексне дослідження правових проблем захисту слабкої сторони у цифрових споживчих правовідносинах, аналіз нових форм вразливості споживача, оцінка наявних і перспективних механізмів.

Результати. Класична договірні модель у традиційному цивільному праві ґрунтується на принципі двостороннього волевиявлення сторін: кожна зі сторін має реальну змогу впливати на зміст угоди, ознайомитися з її умовами та відмовитися від її укладення. Ця модель, теоретично обґрунтована ще у природно-правових концепціях XVII–XVIII ст. і відображала уявлення про договір як результат узгодженого волевиявлення рівноправних суб'єктів [1, с. 348].

Вже початок XX ст. засвідчив відхід від цієї ідеалістичної моделі: масове виробництво породило масовий споживчий договір, умови якого розробляються одним із учасників (виробником, постачальником послуг) та пропонуються іншому для акцепту без реальної можливості змінити їх. Такі «стандартні форми договорів» (*Standardverträge* у германістичній традиції, *contracts of adhesion* – у англо-американській) стали предметом значного доктринального та законодавчого занепокоєння. Карл Ллевеллін у 1939 р. охарактеризував їх як «квазі-законодавчу владу» у руках сильнішої сторони [2].

Цифрова революція довела цю тенденцію до логічного завершення. Сучасні EULA (ліцензійні договори з кінцевим користувачем) та ToS (умови користування сервісом) містять у середньому 10–15 тисяч слів дрібним шрифтом, посилаються на численні суміжні документи та передбачають можливість одностороннього їх перегляду без явної згоди іншої сторони. За даними дослідження Університету Карнегі-Меллон, якби користувачі щороку читали всі політики конфіденційності сервісів, з якими взаємодіють, це зайняло б від 201 до 250 годин [3]. Зміна якісна: якщо стандартний паперовий договір ще міг бути прочитаним, стандартний цифровий договір свідомо конструюється таким чином, щоб читання було фактично неможливим.

У вітчизняній цивілістиці питання стандартних договірних умов розроблено передусім у контексті ст. 634 ЦК України про договір приєднання. Договором приєднання є договір, умови якого встановлені однією із сторін у формулярах або інших стандартних формах, який може бути укладений лише шляхом приєднання другої сторони до запропонованого договору в цілому. Друга сторона не може запропонувати свої умови договору [4]. Така конструкція, забезпечуючи ефективність масового обігу, водночас об'єктивно формує структурну асиметрію між сторонами договору, що зумовлює необхідність її правового врівноваження.

Відтак, звернення до концепції «слабкої сторони» у цивільному праві набуває особливого значення. Вона не є монолітною та поєднує кілька теоретичних підходів, що мають різне функціональне навантаження. У класичній цивілістиці слабкість сторони розумілася переважно через економічний критерій: особа, що не має достатніх ресурсів або ринкової влади для рівноправного ведення переговорів, підлягає захисту шляхом надання їй мандаторних, незмінних угодю прав. У Резолюції Генеральної Асамблеї ООН «Керівні принципи для захисту інтересів споживачів» від 9 квітня 1985 року № 39/248 наголошено на тому, що визнаючи те, що споживачі нерідко перебувають у нерівному становищі з точки зору економічних умов, рівня освіти та купівельної спроможності, принципи захисту інтересів споживачів мають, зокрема, за мету сприяти країнам у боротьбі зі шкідливою діловою практикою усіх підприємств на національному та міжнародному рівнях, яка негативно позначається на споживачах [5].

У сучасній доктрині поняття «слабкої сторони» отримує більш диференційоване тлумачення, що дозволяє точніше врахувати особливості фактичної нерівності учасників правовідносин. Зокрема, виокремлюються щонайменше три взаємопов'язані виміри такої слабкості: субстанційний (обмежений переговорний потенціал), процедурний (ускладнення належного формування волевиявлення внаслідок інформаційної асиметрії або впливу на поведінку) та когнітивний (вплив психологічних чинників, що обмежують здатність до раціонального вибору). Останній аспект, пов'язаний із напрацюваннями поведінкової економіки, набуває особливої актуальності у сфері цифрових споживчих відносин, де рішення часто приймаються в умовах інформаційного перевантаження та складних інтерфейсних конструкціях [6, с. 4].

У цьому аспекті показовою є позиція Канзафарової І. С., яка у своїх дослідженнях, присвячених проблемам договірної відповідальності та функціонування цивільно-правових відносин, акцентує увагу на розбіжності між формальною юридичною рівністю сторін і їх фактичними можливостями у зобов'язанні [7, с. 12]. Такий підхід дозволяє розглядати «слабку сторону» не лише як категорію, прив'язану до статусу споживача, а як більш гнучку функціональну характеристику, що проявляється залежно від конкретних умов правовідносин, у тому числі й у сфері підприємницької діяльності.

Особливого значення набуває аналіз механізмів формування та фіксації згоди у цифровому середовищі. Саме спосіб вираження волевиявлення визначає, наскільки така згода може вважатися усвідомленою, вільною та юридично значущою. У зв'язку з цим у доктрині та практиці електронної комерції сформувалася класифікація договорів залежно від способу вираження згоди. Click-wrap agreements (угоди з підтвердженням шляхом кліку) передбачають активну дію користувача – клік на кнопку «Погоджуюсь» – після чого умови вважаються прийнятими. Browse-wrap agreements (угоди, що вважаються прийнятими через використання сайту) конструюють згоду через сам факт використання сайту, де умови розміщені гіперпосиланням. Scroll-wrap agreements (угоди з підтвердженням після прокрутки умов) вимагають прокрутки тексту перед підтвердженням. Нарешті, sign-in-wrap agreements (угоди, пов'язані з реєстрацією облікового запису) прив'язують згоду до реєстрації облікового запису.

Правова природа кожного з цих механізмів є дискусійною. З позицій класичного договірного права, акцепт має бути «повним і безумовним», що передбачає ознайомлення з умовами оферти. Проте при «browsewrap» угоді наявність умов лише формально повідомляється, тоді як при «clickwrap» – активна дія існує, але за відсутності реального прочитання умов є питання про дефект інформованої волі. Американська судова практика виробила критерій «reasonably conspicuous notice» (достатньої помітності повідомлення), що потребує, щоб умови були розміщені таким чином, щоб особа мала можливість їх помітити та ознайомитися з ними [8].

У вітчизняному праві відповідна конструкція потенційно охоплюється ст. 638 ЦК України (договір є укладеним, якщо сторони досягли згоди з усіх істотних умов договору) та ст. 642 ЦК (відповідь особи, якій адресована пропозиція укласти договір, про її прийняття (акцепт) повинна бути повною і безумовною). Закон України «Про електронну комерцію» встановлює технічні вимоги до електронного акцепту, однак не містить змістовних вимог щодо забезпечення реальної поінформованості споживача про умови договору – що є принциповою прогалиною у захисному механізмі [9]. Доцільним видається запровадження диференційованого підходу до інформування споживача, який передбачає обов'язкове виділення істотних та потенційно обтяжливих умов договору у спрощеній та зрозумілій формі. Такий підхід може реалізовуватися через встановлення обов'язку надання стислого резюме ключових умов договору, використання стандартизованих інформаційних блоків, а також вимог до структури та візуального подання договірних положень.

Крім того, обґрунтованим є встановлення залежності способу отримання згоди від характеру умов договору: чим більш складними або обтяжливими є умови, тим вищими мають бути вимоги до активності та усвідомленості волевиявлення споживача. Це дозволить забезпечити перехід від формального підтвердження згоди до її змістовного, юридично значущого характеру.

Волевиявлення в цифровому середовищі набуває специфічних ознак, що суттєво відрізняють його від класичного договірного виявлення волі. По-перше, це ізольованість і знеособленість: укладення договору

відбувається без присутності представника іншої сторони, що унеможливує безпосереднє роз'яснення умов та позбавляє споживача соціально-комунікативної підтримки при прийнятті рішень. По-друге, дія обмеженого обсягу відображення інформації: мобільний інтерфейс, як правило, відображає одночасно лише невелику частину тексту, що унеможливує системне сприйняття угоди в цілому. По-третє, принципового значення набуває проблема часового тиску та «fatigue» (втоми від погодження). Дослідження Бен-Шахара та Шнайдера фіксують феномен «consent fatigue» – систематичне зниження уважності до умов угод після багаторазових одноманітних запитів на погодження [10, с. 698]. В умовах, коли пересічний користувач щоденно стикається з десятками запитів на погодження різних умов, кожен окремих акт погодження перетворюється на беззмістовний ритуал. Це підриває саму засаду договірної права – реальну автономію волі – і ставить під питання юридичну силу більшості цифрових угод.

В даному випадку необхідно зазначити принципову відмінність між «технічним» та «юридичним» актом погодження в електронній комерції: перший фіксує лише факт натискання кнопки, тоді як другий – реальне волевиявлення суб'єкта цивільного права. Розрив між цими явищами є системним і потребує законодавчого вирішення шляхом запровадження диференційованих вимог до отримання «значущої згоди» (meaningful consent) залежно від важливості та потенційно обтяжливого характеру умов.

На сьогоднішній день є більш вживаною концепція «інформованої згоди» (informed consent), яке запозичене з медичного права та права про захист персональних даних. Інформована згода передбачає, що особа, яка дає згоду: а) отримала вичерпну та зрозумілу інформацію про зміст того, на що дає згоду; б) має здатність цю інформацію зрозуміти та оцінити; в) приймає рішення вільно, без тиску та маніпуляцій; г) може в будь-який момент відкликати свою згоду без негативних для себе наслідків.

Жодна з цих умов не виконується в масовій практиці цифрових угод. Умови EULA є лінгвістично складними, надзвичайно об'ємними та прихованими за численними шарами гіперпосилань. «Вибір» між прийняттям умов або відмовою від сервісу є, у більшості випадків, уявним: альтернатив або не існує, або вони є настільки ж нерівноцінними.

Водночас доцільно розмежовувати поняття «інформованої згоди» та «значущої згоди». Якщо інформована згода характеризує якісний аспект волевиявлення через призму достатності та зрозумілості інформації, то значуща згода виступає ширшою правовою категорією, яка охоплює також реальну свободу вибору, відсутність маніпулятивного впливу та відповідність способу отримання згоди характеру і складності договірних умов. Таким чином, інформована згода є необхідним, але не достатнім елементом значущої згоди.

Традиційна система захисту слабкої сторони у договірних відносинах складається з кількох ключових механізмів, що зберігають своє значення і в цифровому середовищі, хоча й потребують певної адаптації. По-перше, це система положень, від яких сторони не можуть відступити угодою. В споживчому праві до таких положень належать, зокрема, право на відмову від договору дистанційного продажу протягом 14 днів, гарантійні зобов'язання, право на безкоштовне усунення недоліків тощо.

По-друге, важливу роль відіграє механізм контролю несправедливих (недобросовісних) умов договору. У вітчизняному правовому полі він реалізований через ст. 634 ЦК України (договір приєднання), ст. 18 Закону «Про захист прав споживачів» та загальні норми про нікчемність правочинів, що суперечать закону.

По-третє, на рівні судової практики певний захист забезпечується через застосування принципів добросовісності та розумності до тлумачення умов договору (ст. 3, 213 ЦК України). Проте судова практика у цій сфері залишається непередбачуваною та нечисленною, що не дозволяє розглядати її як ефективний механізм системного захисту.

Цифрове середовище зумовлює необхідність застосування додаткових, спеціалізованих правових засобів, що враховують особливості функціонування цифрових правовідносин. Важливе значення при цьому має право споживача на інформацію, яке виступає однією з ключових гарантій належного формування волевиявлення. Його реалізація не зводиться до формального надання умов договору, а передбачає забезпечення їх фактичної доступності, структурованості та зрозумілості для споживача. У цьому аспекті особливого значення набувають вимоги до способу подання інформації, зокрема використання простої та зрозумілої мови, що є одним із визначальних орієнтирів у правовому регулюванні Європейського Союзу.

Принцип прозорості алгоритмів є новою, але концептуально принциповою гарантією. Якщо умови надання послуги або ціноутворення визначаються алгоритмом, споживач має право знати основні критерії, якими керується цей алгоритм. Регламент ЄС про загальний захист даних (GDPR) закріплює право на пояснення автоматизованих рішень у ст. 22 [11], а Акт про цифрові послуги розширює ці вимоги до систем рекомендацій великих платформ [12].

Право на відмову від договору посідає важливе місце у системі прав споживача у праві Європейського Союзу. Директива 2011/83/ЄС про права споживачів встановлює, зокрема, 14-денний строк для відмови від договорів, укладених дистанційно, що забезпечує споживачу можливість перегляду прийнятого рішення після отримання повної інформації про предмет договору. Водночас розвиток правового регулювання у сфері

цифрових відносин зумовив уточнення стандартів належного виконання таких договорів. Так, Директива (ЄС) 2019/770 про цифровий контент та послуги встановлює вимоги до якості цифрового контенту та цифрових послуг, зокрема через такі характеристики, як функціональність, сумісність та відповідність обґрунтованим очікуванням споживача [13].

Acquis ЄС у сфері цифрових контрактів та захисту прав споживачів переживає динамічний розвиток. Директива 2019/770 про цифровий контент і цифрові послуги встановила нові стандарти відповідності цифрового контенту договору, ввела поняття суб'єктивних та об'єктивних вимог до якості та запровадила засоби правового захисту (приведення у відповідність, зниження ціни, розірвання договору). Директива 2019/771 про деякі аспекти договорів купівлі-продажу виробила єдиний підхід до відповідальності продавця за недоліки товарів, у тому числі товарів із цифровими елементами [14].

Регламент ЄС 2022/2065 про цифрові послуги запровадив комплексне правове регулювання діяльності посередників та платформних сервісів. Основні вимоги цього акта у сфері захисту споживачів передбачають: заборону використання маніпулятивних інтерфейсних конструкцій або рішень; обов'язок забезпечення прозорості принципів функціонування систем рекомендацій; заборону спрямованої реклами щодо неповнолітніх осіб; встановлення обов'язку проведення незалежної зовнішньої перевірки для найбільших платформ; а також запровадження спеціальних правових механізмів протидії поширенню незаконного контенту та небезпечних товарів [12].

Показово, що Європейський Союз обирає переважно регуляторний, а не суто приватно-правовий підхід до захисту споживача в цифровому середовищі. Це пояснюється системним характером порушень, що зумовлює обмежену ефективність індивідуальних позовів, а також необхідністю встановлення превентивних вимог до поведінки платформ замість зосередження виключно на механізмах юридичної відповідальності за вже вчинені правопорушення.

Попри наявність Угоди про асоціацію з Європейським Союзом, яка передбачає поступову гармонізацію законодавства України у сфері захисту прав споживачів та електронної комерції з правом ЄС, рівень імплементації відповідних зобов'язань потребує подальшого вдосконалення. Закон України «Про захист прав споживачів» формувався в умовах, що передували активному розвитку цифрових правовідносин, у зв'язку з чим не повною мірою враховує їх сучасну специфіку. Водночас Закон України «Про електронну комерцію» врегулює окремі аспекти електронної взаємодії, однак не забезпечує комплексного підходу до регулювання цифрових споживчих відносин.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє дійти висновку, що трансформація договірних відносин у цифровому середовищі зумовлює суттєве зміщення акцентів у розумінні волевиявлення сторін. Традиційна модель, заснована на презумпції формальної рівності та достатності факту акцепту, виявляється недостатньою в умовах стандартизованих цифрових договорів і складних інтерфейсних конструкцій та рішень. Розмежування між «технічним» актом погодження та юридично значущим волевиявленням набуває принципового значення, оскільки сам факт взаємодії з інтерфейсом не гарантує ані усвідомленості, ані свободи прийняття рішення. У цьому зв'язку обґрунтованим є звернення до концепції «значущої згоди» як інтегративного стандарту, що відображає якісні характеристики волевиявлення, включаючи рівень поінформованості, відсутність маніпулятивного впливу та реальну можливість вибору.

Аналіз концепції «слабкої сторони» свідчить про її еволюцію від вузького економічного розуміння до багатовимірної характеристики, яка охоплює також процедурні та когнітивні аспекти. У цифрових споживчих правовідносинах така «слабкість» проявляється не лише у нерівності переговорних позицій, але й у специфічних умовах формування волевиявлення – інформаційній перевантаженості та обмеженості сприйняття. Це обумовлює необхідність переосмислення ролі права на інформацію: воно має розглядатися не як формальна вимога повідомлення умов договору, а як передумова формування усвідомленого волевиявлення, що потребує забезпечення доступності, структурованості та зрозумілості інформації. Відповідно, ключове значення набувають не лише обсяг наданої інформації, але й спосіб її подання.

У праві Європейського Союзу простежується системний підхід до врівноваження зазначених диспропорцій, який поєднує вимоги до якості цифрових послуг, стандарти прозорості та гарантії свободи волевиявлення споживача, зокрема через закріплення права на відмову від договору. Такий підхід свідчить про поступовий перехід від формального розуміння договірної згоди до її змістовного наповнення та має важливе методологічне значення для розвитку національного законодавства. У цьому аспекті перспективним є впровадження диференційованих вимог до способів отримання згоди залежно від характеру договірних умов, а також встановлення обов'язкових стандартів представлення інформації, що забезпечують її реальне сприйняття споживачем. Це дозволить підвищити ефективність правового регулювання цифрових споживчих відносин та забезпечити більш збалансоване співвідношення інтересів їх учасників.

Література:

1. Біленко М.С. Загальні положення про договір у цивільному праві. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2022. № 1. С. 347-349. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2022-1/87> (дата звернення: 26.03.2026).
2. Llewellyn K. N. What Price Contract? An Essay in Perspective. *Yale Law Journal*. 1931. Vol. 40. P. 704–751.
3. Vedantam S. To Read All Those Web Privacy Policies, Just Take A Month Off Work. URL: <https://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2012/04/19/150905465/to-read-all-those-web-privacy-policies-just-take-a-month-off-work#:~:text=There%20are%20data%20to%20support,McDonald%20and%20Lorrie%20Faith%20Cranor> (дата звернення: 27.03.2026).
4. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV. *Відомості Верховної Ради України*, 2003. № 40-44. Ст. 356 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#n3149> (дата звернення: 27.03.2026).
5. von Bar C., Clive E., Schulte-Nölke H. (eds.). Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law. Draft Common Frame of Reference (DCFR). Outline Edition. URL: https://www.ccbe.eu/fileadmin/speciality_distribution/public/documents/EUROPEAN_PRIVATE_LAW/EN_EPL_20100107_Principles_definitions_and_model_rules_of_European_private_law_-_Draft_Common_Frame_of_Reference_DCFR_.pdf (дата звернення: 27.03.2026).
6. Sunstein C. R. Behavioral Law and Economics. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 436 p. URL: https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781316046524_A23888959/preview-9781316046524_A23888959.pdf (дата звернення: 27.03.2026).
7. Канзафарова І.С. Теоретичні основи цивільно-правової відповідальності в Україні: *дис... д-ра юрид. наук*: 12.00.03 / Канзафарова Ілона Станіславівна ; НАН України, Інститут держави і права ім. В.М. Корецького. К., 2007. 453 с.
8. Lemley M. A. Terms of Use. *Minnesota Law Review*. 2006. Vol. 91. P. 459–483. URL: https://www.minnesotalawreview.org/wp-content/uploads/2011/11/Lemley_Final.pdf (дата звернення: 27.03.2026).
9. Про електронну комерцію: Закон України від 3 вересня 2015 р. № 675-VIII. – *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 45. Ст. 410. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 27.03.2026).
10. Ben-Shahar O. The Failure of Mandated Disclosure. *University of Pennsylvania Law Review*. 2011. Vol. 159. P. 647–749. URL: https://www.researchgate.net/publication/228231772_The_Failure_of_Mandated_Disclosure (дата звернення: 27.03.2026).
11. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation) (Text with EEA relevance). URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj/eng> (дата звернення: 27.03.2026).
12. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) (Text with EEA relevance). URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj/eng> (дата звернення: 27.03.2026).
13. Directive (EU) 2019/770 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on certain aspects concerning contracts for the supply of digital content and digital services (Text with EEA relevance.). URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/770/oj/eng> (дата звернення: 27.03.2026).
14. Directive (EU) 2019/771 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on certain aspects concerning contracts for the sale of goods, amending Regulation (EU) 2017/2394 and Directive 2009/22/EC, and repealing Directive 1999/44/EC (Text with EEA relevance.). URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/771/oj/eng> (дата звернення: 27.03.2026).

References

1. Bilenko, M. S. (2022). Zahalni polozhennia pro dohovir u tsyvilnomu pravi [General provisions on contract in civil law]. *Yurydychnyi naukovyi elektronnyi zhurnal*, (1), 347–349. Retrieved from <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2022-1/87> [in Ukrainian]
2. Llewellyn, K. N. (1931). What price contract? An essay in perspective. *Yale Law Journal*, 40, 704–751. [in English]
3. Vedantam S. (2012). To read all those web privacy policies, just take a month off work. Retrieved from <https://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2012/04/19/150905465/to-read-all-those-web-privacy-policies-just-take-a-month-off-work> [in English]
4. Tsyvilnyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 16.01.2003 r. № 435-IV [Civil Code of Ukraine. (2003). Law of Ukraine No. 435-IV of January 16, 2003]. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, (40–44), Art. 356. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> [in Ukrainian]

5. Von Bar, C., Clive, E., & Schulte-Nölke, H. (Eds.). (2010). Principles, definitions and model rules of European private law: Draft Common Frame of Reference (DCFR). Retrieved from https://www.ccbe.eu/fileadmin/speciality_distribution/public/documents/EUROPEAN_PRIVATE_LAW/EN_EPL_20100107_Principles_definitions_and_model_rules_of_European_private_law_-_Draft_Common_Frame_of_Reference_DCFR_.pdf [in English]
6. Sunstein, C. R. (2000). Behavioral law and economics. *Cambridge: Cambridge University Press*. Retrieved from https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781316046524_A23888959/preview-9781316046524_A23888959.pdf [in English]
7. Kanzafarova, I. S. (2007). Teoretychni osnovy tsyvilno-pravovoi vidpovidalnosti v Ukraini [Theoretical foundations of civil liability in Ukraine]. *Doctor's thesis*. Institute of State and Law named after V.M. Koretskyi, NAS of Ukraine, Kyiv. [in Ukrainian]
8. Lemley, M. A. (2006). Terms of use. *Minnesota Law Review*, 91, 459–483. Retrieved from https://www.minnesotalawreview.org/wp-content/uploads/2011/11/Lemley_Final.pdf [in English]
9. Pro elektronnu komertsiiu: Zakon Ukrainy vid 3 veresnia 2015 r. № 675-VIII. [Law of Ukraine on Electronic Commerce. (2015). No. 675-VIII of September 3, 2015]. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, (45), Art. 410. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> [in Ukrainian]
10. Ben-Shahar, O. (2011). The failure of mandated disclosure. *University of Pennsylvania Law Review*, 159, 647–749. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/228231772_The_Failure_of_Mandated_Disclosure [in English]
11. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 (General Data Protection Regulation). Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj/eng> [in English]
12. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 (Digital Services Act). Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj/eng> [in English]
13. Directive (EU) 2019/770 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on contracts for the supply of digital content and digital services. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/770/oj/eng> [in English]
14. Directive (EU) 2019/771 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on contracts for the sale of goods. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/771/oj/eng> [in English]

Creative Commons Attribution 4.0
International (CC BY 4.0)



Дата першого надходження статті до видання: 27.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 24.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 15.05.2026