

ДО ПИТАННЯ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ПРИ ПРИДБАННІ ПРОДУКЦІЇ У СУБ'ЄКТА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

ON THE ISSUE OF PROTECTING CONSUMER RIGHTS WHEN PURCHASING PRODUCTS FROM AN ELECTRONIC COMMERCE SUBJECT

Менів Л.Д., к.ю.н., доцент,
доцент кафедри цивільного права та процесу
Державний податковий університет

Статтю присвячено розгляду окремих питань захисту прав споживачів при придбанні продукції у суб'єкта електронної комерції. Зазначається, що розвиток інформаційних технологій в Україні та в світі загалом сприяє розвитку електронної комерції. Але існують певні ризики для споживачів щодо порушення їхніх прав, зокрема, це стосується отримання інформації про найменування і місцезнаходження продавця.

Зроблено висновок, що електронна комерція – вид господарської діяльності із здійснення купівлі-продажу продукції дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем. Проблемою для споживача є насамперед неможливість ідентифікувати продавця, так як на сайтах досить часто зазначаються тільки номер мобільного телефону та адреса електронної пошти.

Споживач, купуючи товари у суб'єктів електронної комерції, не завжди може реалізувати свої права, що передбачені Законом України «Про захист прав споживачів», насамперед через неможливість ідентифікувати продавця, що створює значні проблеми при придбанні ним продукції неналежної якості. Відсутність інформації про найменування та місцезнаходження суб'єкта електронної торгівлі унеможливує проведення перевірок з боку державних органів за зверненнями споживачів.

Запровадження Порталу е-покупець – це одна із важливих змін, що покликана захистити права споживачів у сфері електронної комерції. Належне визначення правового статусу продавця та його права здійснення електронної комерції – важливий крок для запобігання порушенням прав споживачів при купівлі товарів у суб'єктів електронної комерції.

Зроблено висновки, що законодавець намагається захистити права споживачів сучасними способами, в тому числі і їх право на інформацію про найменування продавця (виконавця), його місцезнаходження, однак тільки практика застосування норма права покаже ефективність такого законодавчого регулювання.

Електронна комерція сьогодні набуває глобального характеру, але традиційно продовжує залишатися в рамках національної юрисдикції, що в майбутньому може загострювати проблему вибору права країни для захисту прав споживачів.

Ключові слова: електронна комерція, інформація, споживач, суб'єкт електронної комерції, захист прав споживачів.

The article is devoted to consideration of individual issues of consumer rights protection when purchasing products from an e-commerce entity. It is noted that the development of information technologies in Ukraine and in the world in general contributes to the development of electronic commerce. But there are certain risks for consumers regarding the violation of their rights, in particular, it concerns obtaining information about the name and location of the seller.

It was concluded that electronic commerce is a type of economic activity involving the purchase and sale of products remotely using information and communication systems. The problem for the consumer is primarily the impossibility of identifying the seller, since the sites quite often indicate only a mobile phone number and an e-mail address.

When purchasing goods from e-commerce entities, the consumer cannot always exercise his rights provided for by the Law of Ukraine «On the Protection of Consumer Rights», primarily due to the impossibility of identifying the seller, which creates significant problems when he purchases products of inadequate quality. The lack of information on the name and location of the subject of electronic trade makes it impossible to carry out inspections by state authorities based on consumer appeals.

The introduction of the e-buyer portal is one of the important changes designed to protect the rights of consumers in the field of e-commerce. Proper determination of the legal status of the seller and his right to conduct e-commerce is the first step to prevent violations of consumer rights when purchasing goods from e-commerce entities.

It was concluded that the legislator tries to protect the rights of consumers in modern ways, including their right to information about the name of the seller (executor), his location, but only the practice of applying the law will show the effectiveness of such legislative regulation.

E-commerce today is becoming global, but traditionally continues to remain within the framework of national jurisdictions, which in the future may exacerbate the problem of choosing a country's law to protect consumer rights.

Key words: electronic commerce, information, consumer, subject of electronic commerce, protection of consumer rights.

Постановка проблеми. Розвиток інформаційних технологій в Україні та в світі загалом сприяє розвитку електронної комерції. Вона здійснюється дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем. Перевагами електронної комерції є свобода провадження підприємницької діяльності, свобода вибору контрагента, забезпечення належної продукції, що реалізуються у сфері електронної комерції тощо.

Поряд з перевагами існують і певні ризики для споживачів щодо порушення їхніх прав, зокрема, недобросовісними продавцями, які реалізують продукцію неналежної якості, без розрахункових документів, не надають інформацію про продукцію тощо. Але досить часто споживач не має інформації про найменування і місцезнаходження суб'єкта електронної комерції, бо така інформація умисно ним не надається.

Стан дослідження. Проблеми захисту прав споживачів при придбанні продукції у суб'єктів електронної комерції неодноразово приділялася увага науковцями, зокрема

такими, як В.В. Драчова, С.В. Злобіна, Д.Д. Євтушенко, Я.А. Карева, В.М. Кравець, А.Н. Кучер, А.С. Михайловим, В.В. Мельник, В.С. Мілаш Н.М. Павлюк, Ю.О. Патинка, В.Л. Плескач, Л.В. Чучковською, В.С. Цимбалюк та іншими.

Однак, існує необхідність подальшої розробки даної проблематики у зв'язку з прийняття 10 червня 2023 року нового Закону України «Про захист прав споживачів».

Метою роботи є окреслення окремих проблем при придбанні продукції у суб'єкта електронної комерції, аналіз чинних нормативних актів з цієї тематики.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні усе більше споживачів в Україні придбаває продукцію у суб'єктів електронної комерції. У науковій літературі досі відсутнє єдине бачення щодо проблематики визначення поняття та особливостей електронної комерції. Так, І.Б. Федішин зазначає, що електронна комерція – це вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційних комунікаційних технологій, складова е-бізнесу як одного із

способів його здійснення [1, с. 25]. Л.Л. Нескороджена вказує, що у широкому значенні – господарська діяльність, яка здійснюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, включає укладання правочинів в електронній формі та передбачає електронний обмін інформацією, електронний рух капіталу, електронну торгівлю, обіг електронних грошей, електронний маркетинг, електронний банкінг, електронні страхові послуги тощо. У вузькому значенні – процес купівлі-продажу за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, результатом якого є правочин, укладений в електронній формі [2, с. 19].

Також, деякі вчені зазначають, що електронна комерція – це сукупність усіх операцій між підприємством і контрагентами, здійснених за допомогою інформаційних технологій з метою автоматизації бізнес-процесів для оптимізації витрат і збільшення економічної ефективності бізнесу [3, с. 187].

Як зауважує В. Мілаш, основними ознаками електронної комерції є: а) «спрямованість» на отримання прибутку на досягнення цієї мети може бути спрямовано діяльність чи економічну операцію та/або договір, який її опосередковує, однак не відносини); б) дистанційне (віртуальне) «здійснення» (з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем); в) майновий характер (виникнення в учасників цих відносин прав та обов'язків майнового характеру) [4, с. 67].

Відповідно до ст. 3 Закону України «Про електронну комерцію» електронна комерція – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [5].

Отже, можна зробити висновок, що електронна комерція – вид господарської діяльності із здійснення купівлі-продажу різної продукції дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем.

Варто зауважити, що розвиток електронної комерції спирається на залучення до інтернету все більшої кількості користувачів, що зумовлює активний розвиток і електронної торгівлі як елемента електронної комерції. Отже, спостерігається щорічний ріст міжнародного ринку електронної торгівлі. До початку повномасштабної війни український ринок електронної торгівлі стабільно зростає. Так: 2019 рік – \$1,75 млрд; 2020 рік – \$2,49 млрд; 2021 рік – \$3,14 млрд. Згідно з очікуваннями у 2022 році обсяги ринку мали становити близько \$4 млрд. Але через війну в тому році був поставлений антирекорд – \$300 млн.

Враховуючи масштаби російської агресії, очікувалось, що для того, щоб вийти на довоєнний рівень, знадобиться дуже багато часу. Проте ринок почав відновлюватись стрімкими темпами. І у 2023 році обсяги склали \$1,7 млрд. Тому є всі підстави вважати, що майбутнє українського e-commerce позитивне. І у 2024 році можна очікувати обсягів \$2 млрд [6].

Отже, розвиток електронної комерції набирає швидких темпів та є новою формою реалізації продукції. З огляду на це, особливої уваги потребує належне урегулювання прав споживачів при придбанні товарів у суб'єкта електронної комерції. Проблемаю для споживача є насамперед неможливість ідентифікувати продавця, так як на сайтах продавців часто зазначаються тільки номер мобільного телефону та адреса електронної пошти.

На жаль, правове регулювання електронної комерції в Україні не відповідає стандартам Європейського союзу. Це негативно відображається на споживачах тому, що деякі суб'єкти електронної комерції, всупереч вимогам Закону України «Про захист прав споживачів» та «Про електронну комерцію», не надають інформації, за допомогою якої їх можна ідентифікувати. Сьогодні, чинне зако-

нодавство хоч і зобов'язує суб'єктів електронної комерції (продавців) вказувати свої реквізити: повне найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи підприємця; місцезнаходження юридичної особи або місце реєстрації та місце фактичного проживання фізичної особи підприємця; адреса електронної пошти та/або адреса інтернет-магазину; ідентифікаційний код для юридичної особи або реєстраційний номер облікової картки платника податків для фізичної особи – підприємця, або серія та номер паспорта для фізичної особи – підприємця, яка через свої релігійні переконання відмовилася від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомила про це відповідний податковий орган і має відмітку в паспорті; відомості про ліцензію (серія, номер, строк дії та дата видачі), якщо господарська діяльність підлягає ліцензуванню, – але не передбачає серйозної відповідальності за таке правопорушення. Це призводить до того, що суб'єкти електронної комерції на своїх сайтах розміщують мінімум інформації про себе, а іноді і вона не відповідає дійсності.

Дослідивши сайти найбільших е-торговців в Україні, науковці також вказують на такий недолік, як відсутність основних положень договору, які мають бути, а саме: реквізити сторони договору; технологія (порядок) укладення договору; можливість і порядок внесення змін до умов договору; технічні засоби ідентифікації сторони; посилання на умови, що включаються до договору, шляхом перенаправлення (відсилання) до іншого електронного документа і порядок доступу до такого документа; умови виготовлення та отримання паперових копій електронних документів; можливість вибору мови під час укладання та виконання договору тощо [7, с. 17–18].

Як свідчить практика, наприклад, протягом 2023 року до управління захисту прав споживачів та контролю за регульованими цінами Головного управління Держпродспоживслужби в Черкаській області надійшли 32 письмові звернення щодо придбання товарів поза торговельними або офісними приміщеннями через Інтернет, при укладанні договору на відстані.

При розгляді більшості звернень неможливо встановити найменування продавця та його місцезнаходження (інша інформація, окрім адреси електронної пошти та номеру мобільного телефону, на сайті Інтернет магазину зазвичай не вказується). Адреси, вказані у накладних, згідно з якими споживач отримує замовлений товар, є адресами місць знаходження поштових відділень, що надають послуги з доставки товару, а не Інтернет магазинів [8].

Отже, споживач, купуючи товари у суб'єктів електронної комерції, не завжди може реалізувати свої права, що передбачені Законом України «Про захист прав споживачів», насамперед через неможливість ідентифікувати продавця, що створює йому значні проблеми при придбанні продукції неналежної якості. Тож, споживачам до придбання продукції варто звертати увагу на наявність на сайті інформації, передбаченої ст. 13 Закону України «Про захист прав споживачів», зокрема найменування та місцезнаходження продавця, а у разі її відсутності – відмовитися від придбання товару.

Необхідно також зазначити, що відсутність інформації про найменування та місцезнаходження суб'єкта електронної торгівлі унеможливило проведення перевірок з боку органів державної влади за зверненнями споживачів.

У такій категорії спорів суди також не задовольняють позовні вимоги позивачів. Так, у справі № 226/1923/20 суд зазначив про те, що «...позивач звернувся з вимогою про захист прав споживачів, а саме стягнути на його користь з відповідача сум сплачених за отриманий неналежний товар та витрати, пов'язані із поверненням товару, а також неустойку у розмірі 1% за кожен день прострочки повернення коштів по день проголошення рішення суду».

Позивачем надано суду роздруківку інтернет-сторінки з електронною адресою відповідача, на якій є телефони та інші дані для зв'язку. Однією із підстав чому суд відмовив у задоволенні позовних вимог полягає в тому, що надана позивачем роздруківка інтернет-сторінки компанії, на якій зазначено дані про відповідача, не є доказом укладання зазначеного договору між позивачем та відповідачем. Згідно інформації з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, відповідач припинив підприємницьку діяльність фізичної особи-підприємця ще до продажу товару споживачу [9].

Чинний на сьогодні Закон України «Про захист прав споживачів», прийнятий у 1991 році, не зовсім адаптований до сфери електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-комунікаційних систем. Зокрема, він не містить положень, які б встановлювали відносини споживачів з суб'єктами електронної комерції. Такі прогалини законодавства і спричиняють порушення прав споживачів.

10 червня 2023 року Верховною Радою України було прийнято новий Закон України «Про захист прав споживачів» [10]. Новелою закону є запровадження електронного Єдиного державного веб-порталу для споживачів у сфері електронної комерції (Портал е-покупець) з метою взаємодії суб'єктів електронної комерції, споживачів та органів державної влади, що здійснюють захист прав споживачів. Безперечно, ці норми є позитивним досягненням у захисті прав споживачів у частині, що стосується електронної комерції.

Завданнями Порталу е-покупець є: відображення інформації про суб'єктів електронної комерції, яка міститься в автоматизованій системі перевірених продавців; створення та функціонування електронного кабінету користувача для здійснення комунікації суб'єктів електронної комерції, споживачів, компетентного органу та інших державних органів, які здійснюють захист прав споживачів у відповідних сферах у межах компетенції; забезпечення споживачам можливості подання звернень про порушення їхніх прав при придбанні продукції у суб'єктів електронної комерції, а також надсилання комерційних повідомлень та інформування про перебіг та результати розгляду звернень; збирання, накопичення, обробка, захист, облік та надання споживачам інформації про дані суб'єктів електронної комерції; забезпечення отримання суб'єктом електронної комерції позначення «перевірений продавець», що підтверджує набуття ним статусу перевіреного продавця; здійснення моніторингу та оцінки якості послуг, що надаються з використанням Порталу е-покупець; виконання інших завдань, визначених законодавством.

Важливим аспектом Порталу е-покупець є автоматизована система перевірених продавців – інформаційна система, яка є складовою Єдиного державного веб-порталу для споживачів у сфері електронної комерції та містить інформацію про суб'єктів електронної комерції. Авторизовані продавці повинні будуть розмістити позначення «перевірений продавець» в інтернет-магазині.

Отже, законодавець має на меті впровадити державний контроль за додержанням законодавства про захист прав споживачів органами Держпродспоживслужби за допомогою обов'язку реєстрації на Порталі е-покупець продавців сфери електронної комерції. Як зазначає законодавець, метою такого державного контролю також є облік та надання споживачам інформації про суб'єктів електронної комерції, зокрема й про найменування продавця, його місцезнаходження.

Позитивним є і передбачення відповідальності за ненадання споживачам інформації про продавця; не реєстрації на Порталі е-покупець суб'єктом електронної комерції протягом 10 днів з моменту запровадження такої діяльності, не повідомлення суб'єктом електронної комерції про зміну інформації про себе протягом 5 днів, нерозміщення позначення «перевірений продавець» в інтернет-магазині, розміщення позначення «перевірений продавець» без реєстрації на Порталі е-покупець тощо.

Видається, що законодавець намагається захистити права споживачів сучасними способами, в тому числі і їх право на інформацію про найменування продавця (виконавця), його місцезнаходження, однак тільки практика застосування норма права покаже ефективність такого законодавчого регулювання.

Але, на жаль, значна частина норм Закону вступить у дію лише після завершення війни. Норми про портал «Е-Покупець» набудуть чинності лише після введення самого сервісу в експлуатацію, але не пізніше трьох років від початку дії Закону.

Висновок. Сьогодні існують певні ризики для споживачів щодо порушення їхніх прав, зокрема, це стосується отримання інформації про найменування і місцезнаходження продавця. Запровадження Порталу е-покупець – це одна із важливих змін, що покликана захистити права споживачів, в тому числі і щодо ідентифікації продавця електронної комерції. Належне визначення правового статусу продавця – це важливий крок для запобігання порушенням прав споживачів при купівлі товарів у суб'єктів електронної комерції.

Електронна комерція сьогодні набуває глобального масштабу, але продовжує залишатися в рамках національних юрисдикцій, що в майбутньому може загострювати проблему вибору права країни для захисту прав споживачів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Федішин І. Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання). Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 97 с.
2. Нескородженя Л. Л. До питання визначення понять «електронний бізнес», «електронна комерція», «електронна торгівля». *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2017. № 5. С. 17–21. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizvru_2017_5_5
3. Євтушенко Д. Д. Електронний бізнес, електронна комерція, Інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять. *Бізнес Інформ*. 2014. № 8. С. 184–188.
4. Мілаш В. С. Правові аспекти виникнення та реалізації договірних відносин у мережі Інтернет. *Правове регулювання відносин у мережі Інтернет* : кол. монографія / кол. авторів А. П. Гетьман [та ін.] ; за ред. С. В. Глібко, К. В. Єфремова. Харків, 2016. Розд. 2, підр. 2.1. С. 52–91.
5. Про електронну комерцію: Закон України від 3 вересня 2015 року № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>
6. Як змінився український ринок e-commerce та що його очікує в майбутньому. URL: <https://ua-retail.com/2024/01/yak-zminivsiya-ukra%D1%97nshij-rinok-e-commerce-ta-shho-yogo-ochikuye-v-majbutnomu/>
7. Як уряду України розбудувати державну політику у сфері е-торгівлі. Аналітичний документ. URL: [E-commerce__civic_synergy_ua_2018.pdf](https://www.e-commerce.gov.ua/ua_2018.pdf)
8. Поради споживачам при купівлі товарів через Інтернет магазин. URL: <https://www.cherk-consumer.gov.ua/hromadianam/upravlinnia-zakhystu-spozhyvachiv>
9. Рішення Димитровського міського суду Донецької області від 5 листопада 2020 р. у справі № 226/1923/20. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/92740143#>
10. Про захист прав споживачів: Закон України від 10 червня 2023 року № 3153-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3153-20/conv#n427>