

---

**ЦИВІЛЬНЕ ТА ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО**

---

УДК 347.73:346.548]:658.849

**І. Г. Козинець**, ст. викладач,  
**А. Ю. Лось**, студентка**ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ**

**Анотація.** Проаналізовано поняття «Інтернет-магазин», окреслені вимоги, що висуваються до продавця, правовий статус покупця. Визначено стан правового забезпечення та особливості регулювання торгівлі в мережі Інтернет в Україні. Досліджено стан та проблеми захисту прав споживачів в сфері інтернет-торгівлі та механізми їх подолання.

**Ключові слова:** електронна комерція; електронна торгівля; Інтернет-магазин; Інтернет-продавець; Інтернет-покупець; права споживача.

**И. Г. Козинець**, ст. преподаватель,  
**А. Ю. Лось**, студентка**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ**

**Аннотация.** Проанализировано понятие «Интернет-магазин», указанные требования, предъявляемые к продавцу, правовой статус покупателя. Определено состояние правового обеспечения и особенности регулирования торговли в сети Интернет в Украине. Исследовано состояние и проблемы защиты прав потребителей в сфере Интернет-торговли и механизмы их преодоления.

**Ключевые слова:** электронная коммерция; электронная торговля; Интернет-магазин; Интернет-продавец; Интернет-покупатель; права потребителя.

**I. H. Kozynets**, Senior Lecturer,  
**A. Yu. Los**, Student**LEGAL REGULATION OF CONSUMERS RIGHTS PROTECTION IN THE INTERNET TRADE**

**Abstract.** The notion «Online shop» is analyzed, the requirements for a seller and the legal status of a buyer are specified. The state of legal enforcement and the peculiarities of regulation of Internet trade are determined. The current state and problems concerning consumer rights protection in the field of Internet commerce and the mechanisms to overcome them are investigated.

**Keywords:** e – commerce; e - trade; online shop; online seller; online buyer; consumer rights.

**Актуальність теми дослідження.** Правовим наслідком стрімкого розвитку науково-технічного прогресу є поява нових форм цивільних правовідносин, які є не досить врегульованими, що, в свою чергу, тягне за собою значну кількість правопорушень, перш за все, у сфері торгівлі товарами і послугами. Ринок Інтернет-торгівлі активно впроваджує нові форми цивільних правовідносин, зокрема відносини між продавцем і покупцями в Інтернет-мережі і як наслідок, сьогодні придбання товарів, робіт і послуг через Інтернет стає все більш популярним.

**Постановка проблеми.** Досить актуальним стає питання захисту порушених прав споживачів у цій сфері через недосконалість правового регулювання та відсутність дієвого механізму захисту прав споживачів при купівлі Інтернет-товарів. Аналіз скарг споживачів, які звернулися до ВГО «Союз споживачів України», дає підстави говорити про те, що переважна більшість звернень стосується порушення прав споживачів саме інтернет-магазинами [1].

**Аналіз останніх досліджень, публікацій.** Різноманітні аспекти електронної комерції, в тому числі Інтернет-торгівлі висвітлювали такі економісти і юристи як Ю. Борисова, В. Резнікова,

---

**ЦИВІЛЬНЕ ТА ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО**

---

Т. Тардаскіна, І. Трубін, А. Чучковська, Р. Царьов, А. Юдін, питання захисту прав споживачів розглядали М. Буров, М. Кузьміна, І. Хмелевський, М. Шуляківська та ін.

**Виділення недосліджених частин загальної проблеми.** Водночас визначенню реального стану електронної торгівлі, а також розробці нових ефективних способів попередження та запобігання виникненню ризиків порушення прав споживачів в Інтернет-торгівлі приділяється недостатня увага.

**Постановка завдання.** З огляду на зазначене необхідно проаналізувати реальний стан вітчизняної Інтернет-торгівлі, виявити тенденції, що склалися в цій сфері обігу товарів, та оцінити проблеми, які гальмують розвиток електронної торгівлі в Україні, окреслити шляхи їх подолання.

**Виклад основного матеріалу.** Першочергово необхідно зазначити, що офіційного визначення поняття «Інтернет-магазин» не існувало до останнього часу. У найбільш загальному значенні під цим терміном розуміли інтерактивний веб-сайт, що рекламує товар або послугу, приймає замовлення щодо придбання, пропонує користувачеві вибір варіанту розрахунку, виписує рахунок щодо оплати, що є одночасно підтвердженням замовлення. [2] Із прийняттям Закону України «Про електронну комерцію» Інтернет-магазин розглядається як засіб е-комерції, під якою, в свою чергу, розуміються 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-телекомунікаційних систем (далі ІТС), внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру.

Відповідно до п. 8 ст. 1 Закону України «Про захист споживачів» купівля-продаж товарів у мережі Інтернет належить до договорів, укладених на відстані, тобто таких, що укладені між продавцем (виконавцем) та покупцем (споживачем) за допомогою засобів дистанційного зв'язку поза торговельними або офісними приміщеннями [3].

Згідно з п. 1.2. Правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями від 19.04.2007 р. № 103 засобами дистанційного зв'язку визнаються телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, зокрема Інтернет, які використовуються або можуть використовуватись для укладення договорів на відстані [4]. Таким чином, робота інтернет-магазину характеризується, перш за все, відсутністю безпосереднього контакту між покупцем і продавцем до укладення договору. При цьому відносини виходять за межі електронної комерції у разі, якщо у відповідь на електронне повідомлення покупцю доставляють у зазначене, за домовленістю сторін, місце зразки рекламowanego товару, з яких він наживо обирає підходящий йому примірник.

Стосовно нормативного закріплення, то п.8 ст.3 Закону України «Про електронну комерцію» містить таке визначення інтернет-магазину – це засіб для представлення або реалізації товару, роботи чи послуги шляхом вчинення електронного правочину. У свою чергу, електронний правочин – це дія особи, спрямована на придбання, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснена з використанням ІТС [5].

До відносин, які виникають між покупцем і продавцем товарів, робіт та послуг в Інтернеті застосовуються правила договору купівлі-продажу, що регулюються, зокрема, положеннями чинного законодавства, а саме нормами Цивільного кодексу України, Законами України «Про захист прав споживачів», «Про електронну комерцію», «Про рекламу», «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про захист персональних даних», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», тощо, підзаконними актами - постановою КМУ від 15.06.2006 р. № 833 «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів, які закріплюють «загальні» правила торгівлі», Правилами продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями, затвердженими наказом Міністерства економіки України від 19.04.2007 року та рядом інших нормативних актів. Узагальнюючи викладене, необхідно зазначити, що регулювання діяльності

---

**ЦИВІЛЬНЕ ТА ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО**

---

Інтернет-магазинів здійснюється як загальними нормативно-правовими актами, так і спеціальними актами, спрямованими регулювати правовідносини у сфері е-комерції.

Далі розглянемо суб'єктів торгівлі в мережі Інтернет як одного із напрямків е-комерції. Традиційно сторонами Інтернет-торгівлі є продавець і покупець. Правовий статус продавця (виконавця, постачальника) товарів, робіт, послуг в Інтернет-торгівлі визначено нормами Закону України «Про електронну комерцію», зокрема, ст. 7.

Продавець, відповідно до положень законодавства, зобов'язаний надати покупцеві необхідну інформацію, а саме про:

- своє повне найменування, ідентифікаційний код (якщо юридична особа) або П.І.Б., місцезнаходження, місце реєстрації та місце фактичного проживання, реєстраційний номер облікової картки платника податків (якщо він - ФОП);
- адресу Інтернет-магазину та/або адресу електронної пошти;
- відомості про ліцензії, якщо така господарська діяльність Інтернет-магазину підлягає ліцензуванню;
- включення податків до вартості товару;
- вартість доставки у випадку доставки товару;
- інші відомості, що підлягають оприлюдненню згідно із законодавством, зокрема, передбачені ст. 13 Закону України «Про захист прав споживачів».

Дана інформація повинна бути розміщена на сайті магазину, таким чином, щоб покупець мав змогу з нею ознайомитися. Крім того, до обов'язків продавця належить неухильне дотримання вимог законодавства щодо захисту інформації в ІТС та безпеки розрахунків (ч. 3 ст. 7 Закону України «Про електронну комерцію»), зберігання персональних даних (ст. 14 зазначеного Закону), а також безумовне дотримання прав споживача згідно із Законом України «Про захист прав споживачів».

Закон України «Про електронну комерцію» також визначає і правовий статус покупця, зокрема в ст. 8 закріплено, що покупець товарів, робіт, послуг у сфері Інтернет-торгівлі має такі ж права і обов'язки як і традиційний (оф-лайн) споживач. Тобто права споживачів у таких випадках захищені одночасно нормами ст. 12 і 13 Закону України «Про захист прав споживачів».

Отже, першим кроком для запобігання ймовірним ризикам є встановлення правового статусу продавця, його можливості здійснювати Інтернет-торгівлю та правового статусу покупця на підставі вищезгаданих норм.

Однак умови, яких повинні дотримуватися продавці при здійсненні роздрібною та Інтернет-торгівлі в Україні, часто ними відверто ігноруються. Наслідком чого стає ситуація, коли покупець (споживач), придбавши товар через Інтернет-магазин, не має змоги реалізувати та захистити свої права, передбачені законодавством, у першу чергу, у зв'язку із неможливістю встановити найменування продавця та його місцезнаходження. За даними Держпродспоживслужби, 50% всіх скарг споживачів стосуються Інтернет-торгівлі непродовольчою групою товарів [6]. І найбільше порушень пов'язано саме із неможливістю встановити особу продавця та його місцезнаходження; за зазначеним номером телефону не відповідають, відсутнє будь-яке реагування на звернення, а це в свою чергу позбавляє можливості звернутися за захистом своїх прав, оскільки законодавство не передбачає права звернення до суду на, наприклад, власника доменного імені. Таким чином, покупець фактично залишається безправним, що є наслідком нормативної незахищеності. Неможливим також є проведення перевірок Держпродспоживслужбою таких суб'єктів, оскільки відсутня інформація про веб-маркет.

На сьогодні в інтернет-торгівлі досить часто представлена продукція невідомого походження, яку Інтернет-магазин виставляє на продаж без підтвердження її безпечності й із невідомими якісними характеристиками. Крім того, користуючись неможливістю покупця наочно ознайомитися з товаром, недобросовісні продавці намагаються продати неякісний товар, або ж отримавши кошти можуть: не надіслати товар; надіслати товар, який покупець не замовляв; надіслати товар, технічні характеристики якого не відповідають заявленим на сайті тощо [7; 8].

Наступним порушенням, що вчиняється продавцем є не видача документів, що підтверджують здійснення правочину, а саме електронного документа, чеку, квитанції, талона та ін., надання яких

---

**ЦИВІЛЬНЕ ТА ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО**

---

особою, що отримала оплату, є обов'язковим згідно закону «Про електронну комерцію». Як правило, після оплати Інтернет-замовлення покупцеві надходить підтвердження, що містить номер замовлення або повідомлення про прийняття до виконання правочину. У багатьох випадках, підтвердження може бути здійснене телефонним дзвінком, який не записано або взагалі покупцю може бути надано розрахунковий документ, який не відповідає встановленому змісту. При таких порушеннях, у покупця виникають додаткові проблеми, пов'язані з доказовою базою доведення укладення електронного правочину [9].

Отже, аналіз показує, що серед сучасних порушень із боку Інтернет-магазинів можна виділити наступні: відсутність інформації про продавця та інформації про порядок подання претензій у разі їх виникнення або ж може бути надана неправдива інформація; відмова забезпечити повернення, заміну або гарантійний ремонт товару; відмова у поверненні грошових коштів за товар нена належної якості; невідповідність товару до вимог нормативних актів; невідповідність документів, що супроводжують товар; зміна ціни товару під час його доставки тощо.

Як було вже зазначено вище, на покупців, споживачів Інтернет-послуг чи товарів, як і на споживачів інших сфер комерції поширюються положення Закону України «Про захист прав споживачів», у яких встановлено певний механізм захисту законних прав та інтересів.

Захист прав споживачів передбачає дотримання таких основних норм:

1. Обов'язковим є надання інформації про товар до укладення угоди. Суб'єкт господарювання зобов'язаний забезпечити споживачів необхідною, достовірною, своєчасною та доступною інформацією про перелік послуг, що надаються, а також тарифи на них, час приймання і видачі замовлень, асортимент і ціни на товари, що продаються, час доставки замовлень додому, споживчі якості товарів, гарантійні строки та строк служби або строки їх придатності до споживання. Відповідальність суб'єкта господарської діяльності згідно із статтями 15 і 23 Закону України «Про захист прав споживачів» настає у випадку ненадання зазначеної інформації. Подібне положення закріплюється і ст. 7 ЗУ «Про електронну комерцію»: продавець товарів в електронній комерції у разі поширення комерційного електронного повідомлення зобов'язаний забезпечити прямий, стабільний доступ інших учасників відносин у сфері електронної комерції до необхідної інформації.

2. Право повернення товару протягом чотирнадцяти днів із моменту укладення договору. У разі реалізації продукції поза торговельними або офісними приміщеннями споживач має право розірвати договір за умови повідомлення про це продавця протягом чотирнадцяти днів із дати одержання документа, який реєструє факт здійснення правочину чи прийняття продукції або першої поставки такої продукції, за умови, що така продукція є річчю. Продавець (виконавець) у даному випадку зобов'язаний повернути сплачені гроші не пізніше тридцяти днів із моменту повідомлення споживачем про розірвання договору. У разі розторгнення угоди продукція або результати робіт (послуг), надіслані поштою, також мають бути повернені поштою. Будь-які витрати, пов'язані з поверненням продукції, покладаються на продавця [4].

3. Безпека товару має гарантуватися безпосередньо продавцем. На вимогу споживача продавець зобов'язаний надати йому документи, що підтверджують безпеку, якість та ціну товарів чи послуг. У багатьох випадках проблемою є відсутність експертних установ (фахівців), які б надавали висновки щодо безпеки та належної якості товару, а також їх віддаленість від місця розгляду справи [10, с. 40].

4. Виконання зобов'язання полягає в отриманні товару, замовленого споживачем в інтернет-магазині. При цьому згідно ст. 11 Закону України «Про електронну комерцію» покупець повинен отримати підтвердження вчинення електронного правочину безпосередньо в момент учинення правочину або ж під час виконання продавцем обов'язку передати товар покупцеві. Наявність електронного документа, квитанції, товарного чи касового чека, квитка, талона або іншого документа, яке повинно містити відомості, передбачені законодавцем є підтвердженням виконання зобов'язання продавця, що виникло з електронного правочину.

5. Гарантійні зобов'язання. Суб'єкт господарювання зобов'язаний забезпечити технічне обслуговування та гарантійний ремонт реалізованих товарів в установленому законом або договором порядку. Так, відповідно до ст. 8 Закону України «Про захист прав споживачів»,

---

**ЦИВІЛЬНЕ ТА ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО**

---

споживач має право вимагати: 1) пропорційного зменшення ціни; 2) безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк; 3) повне відшкодування витрат на усунення недоліків товару – у випадку виявлення протягом встановленого гарантійного строку недоліків, в порядку та у строки, встановлені законодавством [3].

Безспірним виступає той факт, що клієнти Інтернет-магазинів мають певну можливість захистити свої права у суді. Однак для цього потрібно мати достатньо підстав та достовірної інформації про продавця товару.

**Висновки.** Отже, в Україні є певні механізми і гарантії, які дають змогу здійснити захист прав споживачів, при цьому, вони є недосконалими та перебувають на стадії формування. До того ж, як показує практика, їх не завжди можливо застосувати при порушеннях із боку осіб, які здійснюють продаж товарів у мережі Інтернет через часткову або ж навіть повну необізнаність покупців зі специфікою механізму захисту прав, а також у більшості випадків, недобросовісність деяких суб'єктів господарювання у сфері Інтернет-торгівлі. Тому у зв'язку з широким використанням Інтернет-мережі у торгових цілях, передусім, доцільним є розроблення ефективних способів попередження та запобігання виникненню ризиків порушення прав споживачів, а також встановлення прозорого механізму їх захисту.

**Література**

1. Книга скарг / Всеукр. громад. організація «Союз споживачів України». 2004-2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://consumerunion.com.ua/ua/kniga\\_skarg/page/10.htm](http://consumerunion.com.ua/ua/kniga_skarg/page/10.htm) (дата звернення 20.11.2019).
2. Хмелевський І. Що таке Інтернет-магазин [Електронний ресурс] / І. Хмелевський // Податки та бухгалтерський облік. – 2015. - № 101. – Режим доступу: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2015/december/issue-101/article-14158.html> (дата звернення 20.11.2019).
3. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991. 1023-XII // Відомості Верховної Ради УРСР. - 1991. № 30. - Ст. 379.
4. Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями: затв. наказом Міністерства економіки України від 19.04.2007, № 103 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1181-07> (дата звернення 25.11.2019).
5. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015. 675-VIII // Відомості Верховної Ради України. - 2015. - № 45. - Ст. 410.
6. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.consumer.gov.ua> (дата звернення 25.11.2019).
7. Буров М. Ризики споживачів у сфері e-commerce та шляхи запобігання їм [Електронний ресурс] / М. Буров. – Режим доступу: [http://uz.ligazakon.ua/ua/magazine\\_article/EA012817](http://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA012817) (дата звернення 28.11.2019).
8. Пам'ятка для споживачів, які мають намір користуватися послугами Інтернет-магазину [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dpss-ks.gov.ua/novini/pamyatka-dlya-spozhyvachiv-yaki-mayut-namir-koristuvatisya-poslugami-internet-magazinu-2> (дата звернення 25.11.2019).
9. Шуляківська М., Яновський О. E-commerce і захист прав споживачів [Електронний ресурс] / М. Шуляківська, О. Яновський. – Режим доступу: <https://zkg.ua/e-commerce-i-zakhyst-prav-spozhyvachiv/> (дата звернення 25.11.2019).
10. Кузьміна М. М. Правове регулювання захисту прав споживачів в Інтернет-торгівлі / М. М. Кузьміна // Право та інновації. - 2014. - № 3. - С. 36-42.

Надійшла 13.11.2019

**Бібліографічний опис для цитування :**

Козинець, І. Г. Правове регулювання захисту прав споживачів в інтернет-торгівлі / І. Г. Козинець, А. Ю. Лось // Актуальні проблеми юридичної науки та практики. – 2019. – № 1 (5). – С. 14-18.