

# Ризики споживачів у сфері e-commerce та шляхи запобігання їм

№23, 04 липня 2019



Микита Буров,  
юрист  
ЮКК "Де-Юре"

## Компетентна думка

Продавець і споживач: друзі чи вороги в e-commerce?

Захист прав споживачів у суді: практика Верховного Суду

Претензії до туроператорів і перевізників: особливості захисту прав, актуальна судова практика

Інструкція покупця інтернет-магазину: як ефективно захистити свої права

Закон про мову: вимоги до обслуговування споживачів

## Актуально

Споживачам – акція, компаніям – санкція: судово-податковий аспект

Стрімкий розвиток економічної діяльності, спрямованої на реалізацію товарів і послуг за допомогою Інтернету (e-commerce), окрім швидкості й зручності обслуговування, містить значні ризики й масові порушення прав споживачів. Переважно такі відносини, що виникають між покупцем та інтернет-магазином, регулюються Цивільним кодексом України, Законом України "Про захист прав споживачів", Законом України "Про електронну комерцію" тощо, проте наявний механізм, передбачений нормами чинного законодавства, далеко не завжди може гарантувати стовідсотковий захист споживачів у сфері e-commerce, одночасно даючи можливість недобросовісним представникам бізнесу уникати будь-якої відповідальності.

У Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів на період до 2020 року, схваленій розпорядженням Кабінету Міністрів України від 29.03.2017 р. № 217-р, прямо зазначено: "Споживачі в Україні не захищені державою і законом внаслідок декларативного характеру проголошених прав та відсутності механізмів їх реалізації та відновлення".

*У зв'язку із цим першочерговою метою кожного споживача має стати саме запобігання виникненню будь-яких ризиків безпосередньо до моменту фактичного придбання товару в Інтернеті.*

Замовлення товару в інтернет-магазині здійснюють шляхом учинення електронного правочину – укладення за допомогою засобів дистанційного зв'язку договору купівлі-продажу на відстані. Так, згідно з Правилами продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями, затвердженими наказом Міністерства економіки України від 19.04.2007 р. № 103, Інтернет разом із телекомунікаційною мережею, поштовим зв'язком і телебаченням визнають тими засобами дистанційного зв'язку, які можуть бути використані для укладення договорів на відстані.

Відповідно до ст. 627 Цивільного кодексу України у договорах за участю фізичної особи – споживача враховують вимоги законодавства про захист прав споживачів. Права споживачів і механізм їх захисту передбачено в Законі України "Про захист прав споживачів", згідно з яким споживачі під час придбання продукції, яка реалізується на території України, для задоволення своїх особистих потреб мають право на необхідну, доступну, достовірну й своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (продавця).

*Практика засвідчує, що саме належна й достатня поінформованість споживача відіграє*

*вирішальну роль під час здійснення захисту своїх прав і законних інтересів.*

Права споживача, передбачені ст. 4 Закону України "Про захист прав споживачів", щодо доступу до інформації корелюються з обов'язками продавця. Так, згідно зі ст. 13 Закону України "Про захист прав споживачів" перед укладенням договорів на відстані (наприклад, в інтернет-магазині) **продавець повинен надати споживачеві інформацію про:**

- 1) найменування продавця, його місцезнаходження та порядок прийняття претензії;
- 2) основні характеристики продукції;
- 3) ціну, включаючи плату за доставку, та умови оплати;
- 4) гарантійні зобов'язання й інші послуги, пов'язані з утриманням чи ремонтом продукції;
- 5) інші умови постачання або виконання договору;
- 6) мінімальну тривалість договору, якщо він передбачає періодичні постачання продукції або послуг;
- 7) вартість телекомунікаційних послуг, якщо вона відрізняється від граничного тарифу;
- 8) період прийняття пропозицій;
- 9) порядок розірвання договору.

Зважаючи на положення ст. 7 Закону України "Про електронну комерцію", продавець товарів в електронній комерції під час своєї діяльності й у разі поширення комерційного електронного повідомлення зобов'язаний забезпечити прямий, простий, стабільний доступ інших учасників відносин у сфері електронної комерції до необхідної інформації, а саме:

- 1) повне найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи – підприємця;
- 2) місцезнаходження юридичної особи або місце реєстрації та місце фактичного проживання фізичної особи – підприємця;
- 3) адреса електронної пошти й/або адреса інтернет-магазину;
- 4) 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 орган державної податкової служби й має відмітку в паспорті;
- 5) відомості про ліцензію (серія, номер, строк дії й дата видачі), якщо господарська діяльність підлягає ліцензуванню;
- 6) щодо включення податків до розрахунку вартості товару, роботи, послуги та в разі доставки товару – інформація про вартість доставки;
- 7) інші відомості, що відповідно до законодавства підлягають оприлюдненню.

*Таким чином, установлення правового статусу продавця та його можливості здійснювати інтернет-торгівлю на підставі згаданих вище норм – перший крок для запобігання ймовірним ризикам.*

У разі якщо таку інформацію вже розміщено на сторінках інтернет-магазину, доцільно її додатково перевірити, оскільки саме з неможливістю встановити особу продавця та його місцезнаходження пов'язана більшість порушень. Факт надання необхідної для споживача інформації має бути підтверджено письмово або за допомогою електронного повідомлення. Так, відповідно до ст. 1

Закону України "Про захист прав споживачів" електронним повідомленням визнають інформацію, надану споживачу через телекомунікаційні мережі, яка може бути в будь-який спосіб відтворена або збережена в електронному вигляді.

Чи має право продавець здійснювати інтернет-торгівлю, можна перевірити в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань. Так, у листі Державної служби України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва від 11.01.2014 р. № 196/0/20-14 зазначено: інтернет-торгівлі відповідає клас КВЕД 47.91 "Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет" групи КВЕД 47.9 "Роздрібна торгівля поза магазинами" ДК 009:2010.

*Практика доводить, що навіть відомі населенню інтернет-магазини не завжди відповідають установленому КВЕДу, а отже не мають права працювати в сегменті e-commerce.*

Не менш важливим для споживача є встановлення інформації щодо основних характеристик товару та його якості. Відповідно до ст. 673 Цивільного кодексу України у разі відсутності в договорі умов щодо якості товару продавець зобов'язаний передати покупцеві товар, придатний для мети, з якою такий товар зазвичай використовують. Ба більше, у разі продажу товару за зразком або за описом продавець повинен передати покупцеві товар, який відповідає такому зразку або опису.

На жаль, на сьогодні в цьому сегменті ринку продовжує бути присутня продукція невідомого походження, яку виставляють на продаж у різноманітних інтернет-магазинах, без підтвердження її безпечності й з невідомими якісними характеристиками. Тож, окрім іншого, необхідно встановити наявність або відсутності належного маркування національним знаком відповідності, оскільки без позначки відповідності продукція заборонена для реалізації, адже вона може становити небезпеку.

*Лише переконавшись у безпечності купівлі певного товару в Інтернеті та за реальної можливості захисту прав і законних інтересів споживача, варто переходити до безпосереднього замовлення товару.*

Електронний правочин учиняють на підставі відповідної пропозиції – оферти; така пропозиція стає можливою, наприклад, із моменту розміщення конкретного товару в інтернет-магазині. Своєю чергою, згодою покупця (акцептом) як приклад може бути заповнена заява про замовлення виставленого товару.

Здійснюючи покупку в Інтернеті, користувачу пропонують різноманітні можливості оплати. **Розрахунки у сфері електронної комерції** проводять відповідно до Закону України "Про електронну комерцію", Закону України "Про платіжні системи та переказ коштів в Україні", Закону України "Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг" тощо. Такі розрахунки можна здійснювати з використанням платіжних інструментів, електронних грошей, шляхом переказу коштів або оплати готівкою з дотриманням вимог законодавства щодо оформлення готівкових і безготівкових розрахунків, а також в інший спосіб, передбачений законодавством України.

Продавець, оператор платіжної системи або інша особа, яка отримала оплату за товар, роботу, послугу відповідно до умов електронного договору, повинні надати покупцеві електронний документ, квитанцію, товарний або касовий чек, квиток, талон або інший документ, що підтверджує факт отримання коштів, із зазначенням дати здійснення розрахунку.

В індивідуальній податковій консультації від 11.07.2017 р. № 1129/6/99-99-14-05-01-15/ІПК Державна фіскальна служба України зазначила, що суб'єкти господарювання, які здійснюють розрахункові операції із застосуванням платіжних карток, під час продажу товарів (надання послуг) зобов'язані проводити розрахункові операції на повну суму покупки (надання послуги) через зареєстровані, опломбовані у встановленому порядку й переведені у фіскальний режим роботи РРО з роздрукуванням відповідних розрахункових документів. Тобто, якщо покупець, використовуючи Інтернет, замовив у підприємства товар і розрахунок за нього було здійснено електронним платіжним засобом, підприємство зобов'язано видати йому розрахунковий документ установленої форми (фіскальний касовий чек, надрукований реєстратором розрахункових операцій).

Електронну квитанцію про оплату замовленого в інтернет-магазині товару, яку надає банк, не можна вважати розрахунковим документом у розумінні Закону України "Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг".

*За загальним правилом варто остерігатися пропозицій повної передоплати до безпосередньої доставки товару, а інакше споживач ризикує залишитися і без сплачених коштів, і без отриманого товару.*

Вимоги щодо доставки товару, замовленого в Інтернеті, передбачено ст. 11 Закону України "Про електронну комерцію". **Так, покупець повинен отримати підтвердження вчинення електронного правочину в момент учинення правочину або в момент виконання продавцем обов'язку передати покупцеві товар.** Підтвердження може бути у формі електронного документа, квитанції, товарного чи касового чека, квитка, талона або іншого документа та повинно містити такі відомості:

- 1) умови й порядок обміну (повернення) товару або відмови від виконання роботи чи надання послуги;
- 2) найменування продавця (виконавця, постачальника), його місцезнаходження й порядок прийняття претензії щодо товару, роботи, послуги;
- 3) гарантійні зобов'язання та інформацію про інші послуги, пов'язані з утриманням чи ремонтом товару або з виконанням роботи чи наданням послуги;
- 4) порядок розірвання договору, якщо строк його дії не визначено.

Отже, укладення договору купівлі-продажу на відстані за допомогою засобів дистанційного зв'язку в Інтернеті містить чотири етапи:

- 1) пошук та ознайомлення з товаром;
- 2) замовлення обраного товару;
- 3) оплата замовленого товару;
- 4) доставка товару.

#### ВИСНОВОК:

З огляду на сучасні реалії, часткову необізнаність покупців з особливостями механізму захисту прав і недобросовісність деяких суб'єктів господарювання у сфері e-commerce, значну увагу передусім варто приділяти саме спробам запобігти виникненню ризиків порушення прав споживачів.

---

© ТОВ "ІАЦ "ЛІГА", ТОВ "ЛІГА ЗАКОН", 2019

У разі цитування або іншого використання матеріалів, розміщених у цьому продукті ЛІГА:ЗАКОН, посилання на ЛІГА:ЗАКОН обов'язкове. Повне або часткове відтворення чи тиражування будь-яким способом цих матеріалів без письмового дозволу ТОВ "ЛІГА ЗАКОН" заборонено.

© ТОВ "Інформаційно-аналітичний центр "ЛІГА", 2019

© ТОВ "ЛІГА ЗАКОН", 2019