

**Бутрин-Бока Н. С.,**  
*кандидат юридичних наук,  
доцент кафедри цивільного права і процесу  
юридичного факультету  
Західноукраїнського національного університету*

## КУПІВЛЯ ТОВАРІВ ОНЛАЙН В УКРАЇНІ

### BUYING GOODS ONLINE IN UKRAINE

Актуальність вибраної тематики зумовлена тим, що за останній період часу, а у період карантину – особливо, здійснення операції купівлі-продажу через Інтернет є звичайним явищем. Із кожним днем ми спостерігаємо збільшення кількості Інтернет-майданчиків, які здійснюють реалізацію того чи іншого товару: продуктів харчування, побутової техніки, парфумерії та косметики, зоотоварів тощо, і це викликано попитом покупця на відповідні категорії. Звичайно, Мережа дає можливість задовольнити різні потреби покупця, зваблюючи своїм асортиментом, умовами доставки, зниженими цінами, проте і ризики також зростають. Наприклад, наявність товару у постачальника ми не можемо перевірити, аж допоки не отримаємо товар. Можемо покладатися лише на порядність власника сайту та відгуки його клієнтів. Також є ризик втратити кошти, якщо віртуальний продавець виявиться шахраєм; ризики під час проведення онлайн-платежів; отримання товару, що не відповідає опису та заявленим характеристикам; отримання бракованого товару; ризик неповернення коштів. І, незважаючи на це, кожен третій українець та кожен другий інтернет-користувач за статистикою продовжує вчиняти правочин купівлі-продажу онлайн. Правовими інструментами регулювання відносин купівлі-продажу є Цивільний кодекс України, Закон України «Про захист прав споживачів», але і вони, на наш погляд, потребуватимуть трансформації, враховуючи сучасні вимоги. Вважаємо, що під час вчинення покупки онлайн слід брати до уваги: репутацію та добросовісність продавця, відомості про товар та виробника, порядок здійснення оплати товару та його доставки, реалізацію права на повернення товару, можливість замінити або повернути придбаний товар. Ще одним інструментом врегулювання відносин електронної комерції є Закон України «Про електронну комерцію», за яким визначено основні принципи її здійснення, такі як: свобода провадження підприємницької діяльності з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем; свобода вибору контрагента, електронних засобів, видів та форм діяльності; свобода конкуренції та забезпечення її сумлінності; свобода вчинення електронних правочинів; рівність і охорона прав учасників відносин у сфері електронної комерції; дотримання вимог законодавства, правил професійної етики, повага до прав, свобод, законних інтересів учасників відносин у сфері електронної комерції; забезпечення належної якості товарів, робіт та послуг, що реалізуються у сфері електронної комерції; однаковість юридичної сили електронних правочинів та правочинів, укладених в іншій формі, передбаченій законодавством; забезпечення доступу до інформації всіх учасників відносин у сфері електронної комерції; доступність комерційних електронних повідомлень та можливість обмеження їх надходження; дотримання законодавства про державну мову. Як відомо, договір купівлі-продажу є правочином, і відповідно до законодавства електронні правочини вчиняються на основі відповідних пропозицій (оферт). Інформування потенційних покупців (замовників, споживачів) щодо товарів, робіт, послуг здійснюється відповідно до вимог Закону України «Про рекламу» та може здійснюватися шляхом надсилання комерційних електронних повідомлень. Комерційні електронні повідомлення поширюються лише на підставі згоди на отримання таких повідомлень, наданої особою, якій такі повідомлення адресовані. Комерційне електронне повідомлення може надсилатися особі без її згоди лише за умови, що вона може відмовитися від подальшого отримання таких повідомлень. Комерційне електронне повідомлення має відповідати таким вимогам: комерційне електронне повідомлення має чітко ідентифікуватися як таке; особа, від імені якої надсилається комерційне електронне повідомлення, зобов'язана забезпечити прямий, простий доступ осіб, яким воно адресовано, до відомостей, визначених Законом; комерційні електронні повідомлення щодо знижок, премій, заохочувальних подарунків тощо мають чітко ідентифікуватися як такі, а умови їх отримання мають бути доступними та викладатися у спосіб, що унеможливає двозначне розуміння, а також відповідати вимогам законодавства про рекламу; інформація про вартість товару, роботи, послуги повинна містити відомості щодо включення податків у її розрахунок та у разі доставки товару – інформацію про вартість доставки. Отримання особою комерційних електронних повідомлень без її згоди не може бути підставою для збільшення вартості наданих їй послуг проміжного характеру в інформаційній сфері. Крім того, сторони електронних правочинів відповідають за невиконання своїх зобов'язань у порядку, визначеному законом або договором. Постачальник послуг проміжного характеру в інформаційній сфері несе відповідальність за невиконання своїх зобов'язань у порядку, визначеному

законом або відповідним договором про надання таких послуг. Постачальник послуг проміжного характеру несе відповідальність за забезпечення технічного захисту інформації та здійснення контролю за ним у порядку, визначеному законодавством або відповідним договором про надання таких послуг. Постачальник послуг проміжного характеру несе відповідальність за зміст переданої та отриманої інформації та за шкоду, завдану внаслідок використання результатів таких послуг, за умови відсутності в його діях будь-якої з обставин, що звільняють його від відповідальності, встановлених законом. Хоча динаміка здійснення покупок онлайн в Україні йде вгору щодня, проте не кожен розуміє повною мірою спектр своїх прав та обов'язків. А тому необхідним вважаємо проаналізувати цей вид відносин із правового погляду.

**Ключові слова:** *онлайн-платформа, правочин, договір, споживач, покупець.*

The relevance of the chosen topic is due to the fact that in recent times, and in the period of quarantine – especially, the implementation of the purchase and sale via the Internet is common. Every day we see an increase in the number of Internet sites that sell a product - food, household appliances, perfumes and cosmetics, pet products, etc. and this is due to the buyer's demand for the relevant categories. Of course, the Network provides an opportunity to meet the various needs of the buyer, enticing with its range, terms of delivery, reduced prices, but the risks of the stages of purchase also increases, namely: the lack of goods from the supplier. We cannot verify this point until we receive the goods. We can only rely on the decency of the site owner and the feedback of his customers; the risk of losing money if the virtual seller is a scammer; risks when making online payments; receipt of goods that do not meet the description and declared characteristics; receipt of defective goods; risk of non-refund. And, despite this, every third Ukrainian and every second Internet user, according to statistics, continues to make online sales transactions. The legal instruments for regulating sales relations are the Civil Code of Ukraine, the Law of Ukraine "On Consumer Protection", but they, in our opinion, will need to be transformed, taking into account modern requirements. We believe that when making an online purchase you should take into account: the reputation and good faith of the seller, information about the product and manufacturer, payment and delivery, realization of the right to return the product, the ability to replace or return the purchased product. Another tool for regulating e-commerce relations is the Law of Ukraine "On E-Commerce", which defines the basic principles of its implementation, namely: the freedom of business with the use of information and telecommunications systems; freedom of choice of contractor, electronic means, types and forms of activity; freedom of competition and ensuring its integrity; freedom to make electronic transactions; equality and protection of the rights of participants in relations in the field of e-commerce; compliance with the law, rules of professional ethics, respect for the rights, freedoms, legitimate interests of the parties in the field of e-commerce; ensuring the proper quality of goods, works and services sold in the field of e-commerce; equality of legal force of electronic transactions and transactions concluded in another form provided by the legislation; providing access to information for all participants in the field of e-commerce; availability of commercial electronic messages and the possibility of restricting their receipt; compliance with the legislation on the state language.

*As you know, the contract of sale is a transaction, and in accordance with the law, electronic transactions are made on the basis of relevant proposals (offers). Informing potential buyers (customers, consumers) about goods, works, services is carried out in accordance with the requirements of the Law of Ukraine "On Advertising" and can be done by sending commercial e-mails. Commercial electronic messages are distributed only on the basis of consent to receive such messages provided by the person to whom such messages are addressed. A commercial e-mail may be sent to a person without his or her consent only if he or she can refuse to receive such e-mails. A commercial electronic message must meet the following requirements: a commercial electronic message must be clearly identified as such; the person on whose behalf the commercial electronic message is sent is obliged to ensure direct, easy access of the persons to whom it is addressed to the information specified by the Law; commercial electronic notifications of discounts, bonuses, promotional gifts, etc. must be clearly identified as such, and the conditions for receiving them must be accessible and set out in a way that makes it impossible to understand ambiguously, as well as meet the requirements of advertising law; information on the cost of goods, works, services must contain information on the inclusion of taxes in its calculation and, in the case of delivery of goods - information on the cost of delivery.*

**Receipt of commercial electronic messages by a person without his consent cannot be a reason to increase the cost of intermediate services provided to him in the information sphere. In addition, the parties to electronic transactions are liable for non-performance of their obligations in the manner prescribed by law or contract. The provider of intermediate information services shall be liable for non-performance of its obligations in the manner prescribed by law or the relevant contract for the provision of such services. The intermediary service provider is responsible for ensuring the technical protection and control of information in the manner prescribed by law or the relevant agreement on the provision of such services. The intermediary service provider shall be liable for the content of the transmitted and received information and for the damage caused as a result of using the results of such services, provided that any of the circumstances relieving him of liability established by law are absent. Although the dynamics of online shopping**

*in Ukraine is growing daily, not everyone fully understands the range of their rights and responsibilities. Therefore, we consider it necessary to analyze this type of relationship from a legal point of view.*

**Key words:** *online platform, transaction, contract, consumer, buyer.*

За даними GfK, топ-3 категорії товарів, які були придбані за останній рік (2020) – це: побутова техніка та електротовари – 49%; одяг та текстиль – 47%; парфумерія та косметика – 39%. Така статистика простежується на найпоширеніших платформах: OLX, Prom.ua, Rozetka, MAKEUP.UA. І це лише загальнодоступні платформи!

Правовою платформою регулювання договору купівлі-продажу є ЦК України, а також ЗУ «Про захист прав споживачів». Саме ці законодавчі акти регулюють дію вчинення такого правочину, а також дають змогу убезпечитися від недобросовісної покупки [1].

Під час придбання товару у інтернет-магазині споживач заходить на сайт продавця, знаходить потрібний йому товар (при цьому можна роздивитися його фотознімки, прочитати опис, а нерідко ще й відгуки тих, хто встиг його купити раніше), потім вибирає спосіб доставки й оплати. Доставляють товари частіше: кур'єр магазину; пошта; кур'єрські служби. А найпоширеніші способи оплати отриманого товару – готівкою (кур'єру); банківським переказом; платіжними картками на сайті магазину.

З погляду покупця основні особливості інтернет-торгівлі такі: 1) отримання товару й оплата за нього не збігаються у часі (крім випадку, коли доставку здійснює кур'єр і він же забирає гроші); 2) під час отримання товару не завжди можна перевірити його комплектність та якість (наприклад, якщо товар надсилають поштою). Як споживача ми маємо на увазі фізичну особу, яка придбаває продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних із підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника (п. 22 ст. 1 ЗУ) [2; 4].

Купівлю-продаж товарів в Інтернеті п. 8 ст. 1 ЗУ відносить до договорів, укладених на відстані. Це договір, укладений продавцем зі споживачем за допомогою «засобів дистанційного зв'язку», до яких належать телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення та інформаційні мережі, зокрема Інтернет [4].

Положеннями статті 698 ЦК України визначено, що за договором роздрібною купівлі-продажу продавець, який здійснює підприємниць-

ку діяльність із продажу товару, зобов'язується передати покупцеві товар, що звичайно призначається для особистого, домашнього або іншого використання, не пов'язаного із підприємницькою діяльністю, а покупець зобов'язується прийняти товар і оплатити його. Відносини, що виникають між покупцем і продавцем товарів, робіт та послуг в Інтернеті, не відрізняються від традиційних правил купівлі-продажу і регулюються положеннями Цивільного кодексу України та Закону України «Про захист прав споживачів». До відносин за договором роздрібною купівлі-продажу з участю покупця-фізичної особи, не врегульованих ЦК України, застосовується законодавство про захист прав споживачів. Умови договору, що обмежують права покупця-фізичної особи порівняно з правами, встановленими ЦК України та законодавством про захист прав споживачів, є нікчемними [5].

У вітчизняному законодавстві договір, укладений за допомогою мережі Інтернет, відноситься до категорії договорів, укладених на відстані, тобто договорів, укладених продавцем (виконавцем) із споживачем за допомогою засобів дистанційного зв'язку поза торговельними або офісними приміщеннями. При цьому під засобами дистанційного зв'язку маються на увазі телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, зокрема Інтернет, які можуть використовуватися для укладення договорів на відстані (стаття 1 ЗУ) [4].

Вимоги до інтернет-продавця досить суворі. Перед укладенням договору купівлі-продажу він повинен (ч. 2 ст. 13 ЗУ) надати споживачеві інформацію про: 1) найменування продавця та його місцезнаходження. Якщо з найменуванням у більшості таких магазинів проблем немає (на будь-якому сайті є назва магазину), то власну адресу оприлюднюють лише поодинокі сміливці; 2) порядок прийняття претензії. Закон не розшифровує, про які претензії йдеться. Ймовірно, про будь-які претензії покупця до продавця; 3) основні характеристики продукції. З цим усе гаразд. Можна побачити і детальний опис товару, і його фотознімки; 4) ціну, включаючи плату за доставку. Тут також усе зрозуміло. Якщо

інтернет-магазин бере окрему плату за доставку, то про це здебільшого зазначають на його сайті; 5) умови оплати; 6) гарантійні зобов'язання та інші послуги, пов'язані з утриманням чи ремонтом продукції. Переважно на товари, придбані в інтернет-магазині, поширюється така ж гарантія від виробника, як і на продукцію у звичайних магазинах; 7) інші умови поставки; 8) мінімальну тривалість договору, якщо він передбачає періодичні поставки продукції; 9) вартість телекомунікаційних послуг, якщо вона відрізняється від граничного тарифу. Найвірогідніше, що до інтернет-торгівлі подібна вимога не має ніякого стосунку; 10) період прийняття пропозицій. У разі інтернет-магазину такі дані можуть знадобитись, якщо продавець закуповує і постачає товар тільки під конкретне замовлення; 11) порядок розірвання договору.

Якщо споживачу надано наведені вище відомості, інтернет-магазин повинен підтвердити замовлення письмово або за допомогою електронного повідомлення. Таким повідомленням називають інформацію, яку споживач може у будь-який спосіб відтворити або зберегти в електронному вигляді (п. 10 ст. 1 Закону). Це інтернет-сторінка, на яку покупець потрапляє перед тим, як запит на купівлю товару буде сформовано. Рекомендуємо покупцям дублювати всі дані на папері або в електронному листі. Якщо інше не передбачено договором, продавець повинен поставити товар не пізніше 30 днів із моменту одержання згоди споживача на укладення договору (ч. 6 ст. 13 ЗУ). Коли продавець не має замовленого товару і тому не може виконати договір, йому необхідно повідомити споживача якнайшвидше, але не пізніше 30 днів з моменту одержання його згоди на укладення договору. Після замовлення та доставки товару продавець повинен надати покупцю певні документи. Це залежить від того, хто продавець (юридична особа чи приватний підприємець) і які способи оплати та доставки обрав покупець.

За законом правочини між фізичною та юридичною особою, а також між фізичними особами на суму, що перевищує 340 грн., треба вчиняти у письмовій формі (ч. 1 ст. 208 ЦК України). Виняток встановлено ч. 1 ст. 206 ЦК України: усно можуть вчиняти правочини, які сторони повністю виконують у момент вчинення. Тому

договір купівлі-продажу не потрібно оформляти письмово, коли: товар через інтернет-магазин продає фізична особа-підприємець і вартість товару не перевищує 340 грн.; момент оплати й отримання товару збігаються (незалежно від вартості покупки і того, кому належить інтернет-магазин), тобто замовлення доставляє кур'єр магазину і він же приймає готівку в оплату.

При цьому правочин вважають вчиненим у письмовій формі, якщо його зміст зафіксовано в одному або в кількох документах: у листах, телеграмах, якими обмінялися сторони (ч. 1 ст. 207 ЦК України). Наприклад, у рахунку-фактурі, яку інтернет-магазин надсилає покупцю після того, як той замовить щось на сайті. Правочин буде укладеним письмово тоді, коли інтернет-магазин письмово підтвердить інформацію відповідно до ст. 13 ЗУ. Про те, що покупець визнає правочин, свідчитиме надходження від нього оплати або листа (телеграми), у якому він погоджується придбати товар.

Крім того, ЦК України допускає, що сторони можуть виражати свою волю за допомогою телетайпного, електронного або іншого технічного засобу зв'язку. Тобто якщо продавець і покупець обмінялися електронними листами, можна було би сказати, що договір купівлі-продажу укладений письмово. Можна було б, якби обидві сторони дотримувалися при цьому вимог Закону про цифровий підпис. Але поки що він не набув в Україні поширення [5].

Інтернет-магазин має видати покупцю розрахунковий документ, що засвідчує купівлю, з позначенням дати продажу (ч. 11 ст. 8 ЗУ). Також усі суб'єкти підприємницької діяльності (й інтернет-магазин теж), які здійснюють розрахункові операції під час продажу товарів у сфері торгівлі, зобов'язані (ст. 3 Закону про РРО) [6]:

1) проводити розрахункові операції на повну суму покупки через реєстратори розрахункових операцій (далі – РРО) з роздрукуванням відповідних розрахункових документів;

2) видавати особі, яка отримує або повертає товар, розрахунковий документ встановленої форми (ним може бути фіскальний касовий чек, товарний чек, розрахункова квитанція тощо) на повну суму проведеної операції.

РРО та розрахункові книжки не застосовують (ст. 9 Закону про РРО), серед іншого, під час:

– виконання банківських операцій (тобто коли покупець перераховує гроші за товар через банк);

– продажу товарів у системах електронної комерції (коли замовлення та оплату здійснюють на сайті продавця (ввівши дані банківської платіжної картки) або за допомогою електронного банкінгу);

– продажу товарів фізичними особами-підприємцями, які придбали фіксований патент або сплачують єдиний податок і ведуть Книгу обліку доходів і витрат [6].

У будь-якому разі інтернет-магазин має виписати покупцю товарний чек (якщо продавець – фізична особа-підприємець) або накладну (якщо продавець – юридична особа). Крім того, до товару повинні додати документ (паспорт, талон тощо), у якому виробник зазначає гарантійний строк на свою продукцію (ч. 2 ст. 7 ЗУ) [3; 4].

Опираючись на досвід юристів-практиків та провівши певну аналітику, спробуємо подати деякі аспекти на вчинення купівлі товарів через Інтернет (чек-лист).

1. Репутація та добросовісність продавця. Основною метою продавця є прагнення реалізувати свій товар. Аби привернути увагу споживачів та зацікавити своїм товаром в інтернеті, продавець створює сайт або сторінку в соцмережі. При цьому покупець не знає, хто є дійсним власником (продавцем) товару. Цю інформацію він може отримати лише за наявності реальних контактних даних (адреса, телефон, вид господарської діяльності). Якщо вся інформація про продавця доступна, це дає можливість перевірити його наявність у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань.

2. Відомості про товар та виробника. Перед тим, як замовити товар, обов'язково дізнайтеся всю інформацію про продукцію. Якщо даних недостатньо на сайті, запитайте у продавця. Ви маєте право вимагати у продавця таку інформацію про товар, як: основні характеристики продукції (назва товару, номінальна кількість (маса, об'єм, розмір), умови використання); відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин, генетично модифікованих організмів; найменування та місцезнаходження виробника; дані про ціну (тариф), включаючи плату за доставку, та умови

оплати; дата виготовлення; відомості про умови зберігання; гарантійні зобов'язання виробника (виконавця); строк придатності; строк доставки товару або надання послуги; сертифікат, якщо продукція підлягає обов'язковій сертифікації.

3. Оплата товару та його доставка. Здійснюйте оплату по факту отримання товару, після його огляду та перевірки. Якщо ви замовили доставку товару кур'єром, простежте, щоб він надав вам товарний чек із печаткою продавця і, у разі необхідності, товарний талон та сертифікати на товар. Огляньте (протестуйте) доставлений товар. Переконайтеся, що до нього додаються всі чеки. Тільки після цього сплачуйте покупку.

4. Якщо продавець таки вимагає сплату частини або всієї суми коштів, скористайтеся окремою кредитною картою з обмеженою сумою коштів. У призначенні платежу обов'язково вкажіть, за що і кому сплачуєте. Надішліть на електронну пошту продавця скан-копію платіжного документу і вимагайте від нього письмового, електронною поштою підтвердження отримання такої оплати.

5. Обов'язково зберігайте всі документи, що підтверджують зв'язок із продавцем, та факт оплати товару. Це може бути електронне листування, скріншот сторінки сайту з вибраним вами товаром, доказ оплати (електронна квитанція).

6. Право на повернення товару. Покупець має право розірвати укладений через інтернет договір і повернути товар протягом 14 днів із моменту одержання товару. Після закінчення цього терміну повернення можливе тільки за гарантією. Це правило поширюється на непродовольчі товари належної якості за умови, що вони не використовувалися і зберегли товарний вигляд, споживчі властивості та ярлики. Також у покупця має бути наявний розрахунковий документ (чек). В інтересах споживачів Кабмін України затвердив «Перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню)». Тому повернути продукцію і отримати назад свої гроші можна далеко не за всі групи товарів. До списку «неповернення» потрапили всі продовольчі товари (їжа, напої, алкоголь, тютюнові вироби), ліки, медичні інструменти, прилади та апарати, предмети санітарної гігієни. Також обміну та поверненню не підлягають деякі непродовольчі товари: постільна та натільна білизна, косметика,

парфумерія, товари для новонароджених, ювелірні вироби, друкована продукція тощо.

7. Можливість замінити товар. Законодавство передбачає можливість заміни продавцем товару за його відсутності іншим. Про це покупець повинні повідомити перед укладенням договору. Продавець може замінити товар тільки тоді, коли одночасно виконуються три умови: інший товар відповідає меті використання замовленого; має таку ж або кращу якість; його ціна не перевищує ціни замовленого товару. Покупець, реалізуючи своє право на обмін (повернення) товару, придбаного через інтернет, повинен надіслати на адресу продавця Претен-

зію-повідомлення з описом вкладеного у посилку (в межах 14 днів). Проте складність у поверненні товару може виникати через цілісність його коробки (упаковки) [3].

З огляду на чинне національне законодавство, рекомендації юристів-практиків, врахувавши певні аспекти, робимо висновок про те, що під час вчинення купівлі-продажу онлайн ми повинні опиратися на правовий захист держави, який гарантується ЦК України та ЗУ «Про захист прав споживачів», проте необхідним є прийняття окремого законодавчого акту в умовах сучасної цифрової системи економічного ринку.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. URL: <https://biz.liga.net/all/fmcg/novosti/chto-i-kak-pokupayut-ukraintsy-v-internete-insayty-e-commerce-rynka>
2. URL: <http://www.ilaw.kiev.ua/%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B4%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%96%D0%B2%D1%87%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B7%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82/>
3. URL: <https://ldn.org.ua/consultations/pokupky-cherez-internet-poradyurysta/>
4. Про захист прав споживачів. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
5. Цивільний кодекс України. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T030435>
6. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80#Text>