

Патинка Ю. О.,
здобувач кафедри цивільного права і процесу
Харківського національного університету внутрішніх справ

ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ УКЛАДЕННЯ ДОГОВОРУ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ З ВИКОРИСТАННЯМ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

LEGAL PROBLEMS OF THE CONTRACT PURCHASE AND SALE WITH USING INTERNET NETWORK

З розвитком інтернет-комунікацій та інтернет-магазинів як однієї з форм комерційної діяльності все більш актуальним постає питання регулювання вступу в договірні відносини. У статті розглянуто питання особливості формування пропозиції (оферти) під час укладення угод в інтернет-мережах і укладення самої угоди. Також автором розглянуто питання про форму договору купівлі-продажу з використанням мережі Інтернет.

Ключові слова: договір купівлі-продажу, пропозиція, оферта, акцепт, продавець, покупець, інтернет-користувач.

С развитием интернет-коммуникаций и интернет-магазинов как одной из форм коммерческой деятельности все более актуальным становится вопрос регулирования вступления в договорные отношения. В статье рассмотрены вопросы особенности формирования предложения (оферты) при заключении сделок в интернет-сетях и заключении самой сделки. Также автором рассмотрены вопросы о форме договора купли-продажи с использованием сети Интернет.

Ключевые слова: договор купли-продажи, предложение, оферта, акцепт, продавец, покупатель, интернет-пользователь.

With the development of internet-communications and online stores, as a form of business, increasingly urgent question of regulation of entry into contractual relations. The article discusses the issue features proposal (offer) at the conclusion of transactions on the Internet networks and the conclusion of the agreement. Also the author of the question on the form of the contract of sale using the Internet network.

Key words: sales contract, supply, offer, acceptance, seller, buyer, internet user.

Розвиток інформаційних технологій, який почався в 1990-х роках і стрімко розвивається в даний час, докорінно змінив наше життя. Розвиток мережі Інтернет породив безліч суспільних відносин, які через їх специфіку викликали необхідність більш детального врегулювання. Розвиток торговельної діяльності за допомогою використання мережі Інтернет породив безліч проблем, які докорінно змінили уявлення про торгівлю та особливості її регулювання. Через відсутність законодавчого регулювання торговельної діяльності з використанням мережі Інтернет основним нормативним актом, що регулює відносини між продавцем і покупцем, є цивільно-правовий договір, який через специфіку його укладення вимагає деталізації процесу його застосування.

Метою статті є визначення правових проблем укладення договору купівлі-продажу з використанням мережі Інтернет.

Укладення договору купівлі-продажу з використанням мережі Інтернет є актуальною проблемою сучасного громадянського права. Такий спосіб укладення договору не передбачений законодавством України, а використовується в більшій мірі аналогією закону, що виходить за межі дозволеного і породжує достатню кількість проблем в сфері їх реалізації учасниками цих правовідносин.

При регулюванні відносин купівлі-продажу з використанням Інтернет, учасники цих правовідносин повинні пам'ятати, що договори купівлі-продажу завжди залишаються договорами, незалежно від того, здійснюються вони з використанням мережі

Інтернет чи ні. Укладаються вони у вигляді письмового документа на паперовому носії, скріпленого підписом та завіреного печаткою (за її наявності), або у вигляді електронного документа, підписаного з використанням електронного цифрового підпису.

У зв'язку з цим спосіб укладення договору з використанням мережі Інтернет породжує лише ряд специфічних, перш за все технічних, особливостей, але слід зазначити, що правове регулювання таких особливостей відбувається на основі загальних положень про зобов'язання [1, с. 125].

Аналізуючи роботи і дослідження відносин у сфері купівлі-продажу з використанням електронних комунікацій, проведені А.В. Кулябою, Р.Б. Шишкиним, В.В. Сергієнком, можна сформулювати перелік юридичних особливостей значення такого договору:

1) невизначеність місцезнаходження сторін, що обумовлює можливі проблеми із застосуванням права, а також з реальним виконанням зобов'язань. Хоча власники інтернет-магазинів і вказують місце їх знаходження, підтвердження їх перебування не завжди збігаються з фактичним їх розташуванням, а переважно відсутні за вказаною адресою. Часто проблеми виникають, якщо інтернет-магазин зареєстрований у провайдера за кордоном, тоді як власник перебуває в іншій країні;

2) складність ідентифікації учасників відносин в мережі. Будь-який з учасників при оформленні замовлення може його оформити на вигадане ім'я, на користь третьої особи, вказавши її дані;

3) залежність відносин між учасниками мережі від відносин з інформаційними провайдерами.

Інтернет-провайдер у зв'язку з наявністю обставин або без таких в будь-який момент може припинити діяльність магазину, заблокувавши його;

4) електронний характер документообігу в мережі, що обумовлює необхідність застосування спеціального програмного і апаратного забезпечення.

Керуючись положенням п. 2 ст. 28 Цивільного кодексу України (далі – ЦК України), інтернет-мережі допускають отримання доступу до наявних у ній інформаційних ресурсів під псевдонімом або взагалі анонімно. Анонімність поведінки в мережі Інтернет є причиною складності ідентифікації суб'єктів. Хоча учасник цих правовідносин (продавець) і повинен вказати свої дані, він може вказувати своє ім'я (псевдонім), проте складно перевірити його достовірність і простежити: дійсно дії здійснюються однією особою під одним і тим же ідентифікатором або ж під одним ідентифікатором діють кілька осіб. У той же час інша сторона (покупець) у зв'язку з тим, що відпуск товару можливий тільки при пред'явленні документа для ідентифікації особи (при отриманні товару в поштових відділеннях), зобов'язаний вказати свої справжні дані. Так п. 1 ст. 28 ЦК України зазначає, що фізична особа набуває прав та обов'язків і здійснює їх під своїм ім'ям. Отже, при реалізації права купівлі-продажу товару в інтернет-мережі закон встановлює право, а в окремих випадках фактично і обов'язок використання громадянином в цивільному обороті [2]. Згідно з Законом України «Про електронний цифровий підпис» законним випадком використання псевдоніма при електронному документообігу є електронний підпис, де поряд з псевдонімом використовуються реальні паспортні дані користувача. Електронний цифровий підпис за правовим статусом прирівнюється до власноручного підпису (печатки), якщо електронний цифровий підпис підтверджено з використанням посиленого сертифіката ключа за допомогою надійних засобів цифрового підпису. Використання електронного цифрового підпису не змінює порядку підписання договорів та інших документів, встановлених законом для вчинення правочинів у письмовій формі [3].

У зв'язку з цим виникає питання врегулювання проблеми використання анонімних операцій купівлі-продажу, широко застосовуваних у Інтернеті, і чи є такі угоди (договори) порушенням чинного законодавства України? Сутність договору купівлі-продажу із застосування мережі Інтернет полягає в тому, що для його укладення і дійсності необов'язкове чітке позначення сторін в договорі. Для укладення і реалізації договору купівлі-продажу сторони повинні позначити себе будь-яким способом: електронною адресою, псевдонімом в програмах для спілкування або шляхом проходження реєстрації на сайті продавця. В той же час варто відзначити, що при отриманні товару за договором, укладеним в Інтернеті, одержувач повинен пред'явити документ, що засвідчує його особу. При продажу товару в звичайних магазинах ніхто не вимагає, щоб покупець представився при покупці товару і тим більше пред'явив документ, що засвідчує його особу. При

купівлі товару в Інтернеті передбачається необхідність скористатися комп'ютером для відправки повідомлення, яке є прийняттям пропозиції (акцептом) продавця, тому такою можливістю може скористатися будь-хто, в тому числі і особа, яка не має необхідної дієздатності для вступу в такі правовідносини. Таким чином, при оформленні договору купівлі-продажу продавець не має можливості визначити обсяг дієздатності контрагента, що відповідно до чинного законодавства може бути підставою для притягнення до відповідальності саме продавця. Отже, згідно з п. 2 ст. 203 ЦК України особа, яка вчиняє правочин, повинна мати необхідний обсяг цивільної дієздатності. У зв'язку з цим необхідно визначити, хто є сторонами договору, і чи мають сторони такого договору здатність вступати в договірні відносини.

Крім того, складність в ідентифікації сторони договору купівлі-продажу з використанням інтернет-мережі пов'язана не тільки з проблемою визначення, хто прийняв пропозицію (оферту), і чи має він необхідний обсяг дієздатності, який дає право вступати в договірні відносини, а й з проблемою можливості незаконного використання чужого ідентифікатора (імені). На наш погляд, це може потягти за собою певні наслідки (заподіяти збитки) для однієї зі сторін.

Проблеми у волевиявленні (намір укласти угоду) обумовлені технічними можливостями сторони або провайдером, оскільки всі дії в мережі Інтернет здійснюються через системні служби, які здійснюють підтримку і роботу різних серверів: сайтів, електронної пошти та інших сервісів. У зв'язку з цим постає питання не тільки про законність інформації, розміщеної в мережі Інтернет, а й відповідальності за розміщену інформацію. Це пов'язано з тим, що в договорах користувачів Інтернет з провайдером є норма про зняття з провайдера відповідальності за дійсність, законність розміщеної, пересланої та прийнятої інформації. З огляду на вищевикладене стає очевидним, що укладення договору купівлі-продажу з використанням інтернет-мережі має свої особливості не тільки за змістом, але і за формою.

Чинне законодавство України встановлює певні вимоги до форми угоди. Так, згідно зі ст. 208 ЦК України угоди між фізичною та юридичною особами (крім усних, передбачених ст. 206 ЦК України), а також угоди фізичних осіб між собою на суму, що перевищує двадцять неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, повинні відбуватися письмово. Недотримання вимоги до письмової форми договору в окремих випадках, передбачених законом, може спричинити негативні наслідки для сторін учасників договірних правовідносин. Так у випадках, прямо передбачених в законі або в угоді сторін про укладення договору в простій письмовій формі, недотримання такої форми тягне за собою недійсність такого договору. Що ж стосується учасників торгового обороту міжнародної глобальної мережі, то недотримання простої письмової форми зовнішньоекономічної угоди також тягне її недійсність. Згідно зі ст. 218 ЦК України недотримання сторонами письмової форми правочину, яка встановлена законом, не

має наслідків її недійсності, крім випадків, встановлених законом. Заперечення однією стороною факту вчинення правочину або оспорювання окремих його частин може доводитися письмовими доказами, аудіо- та відеозасобами. Отже, при укладанні дистанційного договору порушення простої письмової форми не відбувається, оскільки в цьому випадку розміщення самого змісту договору здійснюється на електронному носії, а також йому можна надати письмову форму, роздрукувавши його [4, с. 328].

Стаття 207 ЦК України зазначає, що угода (договір) вважається вчиненою у письмовій формі, якщо її зміст зафіксований в одному або кількох документах, листах, телеграмах, якими обмінялися сторони. Також угода (договір) вважається вчиненою у письмовій формі, якщо воля особи виражена за допомогою телетайпного, електронного або іншого технічного засобу, що дає змогу достовірно встановити, що документ спрямований саме стороною договору. Таким чином, для вираження своєї волі контрагент повинен буде документально підтвердити прийняття пропозиції (оферти). Згідно зі ст. 1 Закону України «Про інформацію» документ – це матеріальний носій, що містить інформацію, основними функціями якого є її збереження та передавання у часі та просторі. Під інформацією вказаний Закон закріплює будь-які відомості та / або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді [5]. Таким чином, електронний лист (заявка, замовлення), відправлений покупцем продавцеві, задовольняє вимогу, що пред'являється до інформації, і може вважатися документом, оскільки він зафіксований на матеріальному носії – жорсткому диску комп'ютера як відправника (покупця), так і одержувача (продавця), має реквізити: дату, час відправки і отримання, назву електронної пошти, імена адресата і адресанта.

Складність в цьому способі укладання договорів полягає в персональній ідентифікації контрагента. Традиційним способом ідентифікації служить власноручний підпис. У той же час Закон України «Про електронний цифровий підпис» законодавчо передбачає можливість використання електронного підпису та регулює відносини, що виникають при використанні електронного цифрового підпису. Так, ст. 3 Закону передбачає, що в разі укладення договору купівлі-продажу з використанням інтернет-мережі можливе використання електронного підпису, оскільки електронний цифровий підпис за правовим статусом прирівнюється до власноручного підпису (печатки), якщо він підтверджений використанням посиленого сертифіката ключа.

Моментом укладення договору купівлі-продажу з використанням інтернет-комунікацій за допомогою електронної пошти, згідно з п. 1 ст. 640 ЦК України, є момент одержання оферентом відповіді про прийняття пропозиції (акцепту).

При цьому слід зазначити, що з огляду на технічні особливості функціонування інтернет-мереж моменти відправлення та отримання повідомлення, направлено по електронній пошті, практично

збігатимуться в часі. Це має велике значення при визначенні моменту отримання пропозиції (оферти) для обчислення строку відповіді на пропозиції або її прийняття (акцепту), а також доставки товару [6]. З огляду на те, що законодавчо це питання врегульовано загальними нормами зобов'язального права, питання про порядок прийняття оферти та її акцепту щодо угод з використанням інтернет-комунікацій регулюється Типовим Законом «Про електронну торгівлю», рекомендованим Комісією ООН з міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ). Так, згідно з п. 1 ст. 15 Закону, якщо укладач і адресат не домовились про інше, відправлення повідомлення даних відбувається в момент, коли воно надходить в інформаційну систему, що знаходиться поза контролем укладача або особи, яка відправила повідомлення даних від імені укладача [7]. Під інформаційною системою, що знаходиться поза контролем укладача, розуміється сервер провайдера або продавця, який отримує повідомлення від поштового сервера, на якому знаходиться поштова скринька упорядника. Таким чином, як тільки комп'ютерна програма повідомила укладача (покупця, замовника) про те, що в папці «Вихідні» даних немає, повідомлення вважається відправленим або отриманим в разі активації програми «Доставлено», що знаходить своє підтвердження у вигляді поштового повідомлення.

При укладанні договору з використанням інтернет-комунікацій інтернет-магазини розміщують інформацію про товар на своїх сторінках сайту, що можна розцінювати як пропозицію до вступу в договірні відносини (публічна оферта). Так, згідно з п. 2 ст. 641 ЦК України реклама або інші пропозиції, адресовані невизначеному колу осіб, є запрошенням робити пропозиції укласти договір, якщо інше не вказано у рекламі або інших пропозиціях. Якщо реклама або інші пропозиції містять всі істотні умови договору, то така реклама або інші пропозиції розцінюються як публічна оферта.

В той же час не слід розцінювати будь-яку пропозицію, розміщену на сторінці сайту, як публічну оферту, оскільки було зазначено, що вона повинна містити всі істотні умови договору.

Згідно зі ст. 638 ЦК України договір вважається укладеним, якщо сторони в належній формі досягли згоди з усіх істотних умов договору. Істотними умовами договору є умови про предмет договору, умови, що визначені законом як істотні або є необхідними для договорів цього виду, а також усі ті умови, щодо яких за заявою хоча б однієї зі сторін має бути досягнуто згоди. Так, до однієї з істотних умов договору купівлі-продажу в інтернет-мережі відноситься кількість товару, та покупцеві дається можливість його визначити, відобразивши в бланку замовлення. Таким чином, сторінка сайту продавця при дистанційній формі торгівлі містить всього лише пропозицію вступити в договірні відносини, а заповнений і відправлений покупцем бланк замовлення можна вважати пропозицією (офертою) [8, с. 211].

Якщо пропозиція на сторінці сайту продавця містить всі істотні умови договору, то для вступу в дого-

вірні відносини потрібне лише прийняття пропозиції через акцепт, яке здійснюється шляхом натисканням кнопки «Купити», підтверджує прийняття пропозиції контрагентом. Тобто фактично договір вважається укладеним в момент натискання кнопки «Купити», оскільки інтернет-зв'язок миттєвий. У той же час, аналізуючи пропозиції, розміщені на сайтах інтернет-продавців (наприклад, Розетка, Комфі, Алло), можна побачити, що їх пропозиції не завжди містять всі істотні умови, а значить, такі пропозиції є запрошенням робити пропозицію (оферту). У цьому випадку покупець (користувач інтернет-мережі) заповнює спеціальний електронний бланк, в який вносить відсутні умови, необхідні для формування пропозиції (оферти), і відправляє її продавцеві, натискаючи кнопку «Купити». Для того, щоб договір купівлі-продажу вважався укладеним, необхідне отримання покупцем підтвердження від продавця,

який продає товари через цей сайт, про прийняття замовлення із зазначенням його номера, тобто про здійснення акцепту оферти.

Таким чином, все спілкування продавця товарів і покупця на сторінці сайту продавця зводиться до оформлення бланка замовлення, який відсилається на сервер і є єдиним документом, що закріплює угоду. Отже, в цьому випадку відбувається обмін документами, що підтверджує дотримання форми угоди.

Виходячи з вищесказаного, можна сказати, що укладання угод за допомогою використання інтернет-мережі вимагає більш детального врегулювання чинним цивільним законодавством. Загальні норми цивільного права, хоча і є універсальними і застосовуються для договорів, укладених в інтернет-мережі, все ж вимагають конкретизації питань закріплення порядку його укладення та встановлення форм угод.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Брагинский М.И. Договорное право : в 5 кн. / М.И. Брагинский, В.В. Витрянский. – М. : Статут, 200 – . – Кн. 3. – 2002. – 1049 с.
2. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40–44. – Ст. 356.
3. Про електронний цифровий підпис : Закон України від 22 травня 2003 року № 852-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003.
4. Суханов Е.А. Гражданское право : [учебник] : в 2 т. / Е.А. Суханов. – М., 2000 – . Т.1. – 2000. – 452 с.
5. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 року № 2657-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48. – Ст. 650.
6. Дубинский И.В. Перспективы использования интернет-технологий в продвижении брендов / И.В. Дубинский [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.inmind.com.ua/press/publications/111/>.
7. Типовий закон про електронну торгівлю Комісії Організації Об'єднаних Націй з права міжнародної торгівлі [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_321.
8. Зобов'язальне право: теорія і практика : [навч.посіб.] / за ред. О.В. Дзери. – К. : Юрінком, 2000. – 912 с.