

УДК 346.9:347.121.2

DOI <https://doi.org/10.32847/ln.2021.13.27>**Бортник Н.П.***д.ю.н., професор, завідувач кафедри адміністративного та інформаційного права  
Навчально-наукового інституту права, психології на інноваційній освіти  
Національного університету «Львівська політехніка»***Довгань Ю.А.***здобувач кафедри адміністративного права та процесу,  
фінансового та інформаційного права  
ЗВО «Львівський університет бізнесу та права»*

## ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

**Постановка проблеми.** Е-комерція – галузь, яка найшвидше зростає і миттєво реагує на найостанніші тенденції та виклики завдяки застосуванню інформаційних та телекомунікаційних систем, тому потребує постійного моніторингу та заходів регулювання з боку державних органів. Світовий ринок е-комерції зростає з 4,9 трлн. \$ у 2015 р. до 8 трлн \$ у 2020 р., особливо у секторі е-банкінгу та е-торгівлі цифровими та фізичними товарами (послугами). Ці цифри свідчать про величезний потенціал е-торгівлі в цілому у світі та в Україні зокрема [1].

Саме тому метою цієї статті є дослідження правових засад захисту прав споживачів у сфері електронної комерції.

**Стан дослідження.** Особливості електронної комерції висвітлювалися у працях економістів і юристів, зокрема правове забезпечення електронної комерції вивчали О. Воробйова, В. Рєзнікова, І. Белі, О. Кот, Д. Антоненко, С. Маловичко, О. Мельничук, С. Пиріг. Проте, потребують подальшого дослідження та удосконалення механізми регулювання електронної комерції у споживчому секторі

**Виклад основного матеріалу.** Концепції «електронного бізнесу» та «електронної комерції» виникли в США у 80-х роках і стали результатом розвитку більш ранніх ідей глобальної інформаційної економіки, що були теоретичною основою створення внутріш-

ньофірмових і корпоративних інформаційних мереж та вбудовування інформаційних технологій у процес функціонування організацій [2, с. 47].

Аналіз досліджень у цій сфері дає можливість говорити про те, що багато науковців поняття «електронна комерція», «електронна торгівля», «Інтернет-комерція», «мережева комерція» використовують як синоніми, і водночас під самим поняттям розуміють різні речі. Професором Колумбійського університету В. Звасом у 1996 році було запропоновано визначення електронної торгівлі, як розподіл ділової інформації відносин оточення бізнесу і проведення ділових угод за допомогою телекомунікаційних мереж, а електронна комерція включає відносини купівлі-продажу й угоди між компаніями, а також загальні процеси, які підтримують торгівлю в межах окремих фірм [3, с. 3].

Слід зауважити, що Глава 20 «Захист прав споживачів» Угоди про асоціацію України з ЄС містить у статті 417 посилання на вказану в додатках Директиву 97/7/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про захист прав споживачів в дистанційних контрактах» від 20 травня 1997 р. Цей нормативний акт у сфері інформаційно-комунікаційних технологій важливий для наближення вітчизняного законодавства до відповідних норм ЄС, адже Директива наголошує: положення цієї

Директиви не можуть застосовуватись по-різному [4].

Протягом незначного періоду було підготовлено цілий ряд міжнародних правових актів щодо визначення та закріплення норм, що регулюють електронні суспільні відносини. Серед основних необхідно відмітити Конвенцію ООН «Про договори міжнародної купівлі-продажу товарів» від 11 квітня 1980 року, документ А CONF-97/18ANNEX, Директиву Ради ЄС «Про правову охорону програм для ЕОМ» № 91/250/ЕЕС від 14 травня 1991 року [97], Директиву Ради Європейського Парламенту та Ради Європейського Союзу «Про захист споживачів відносно дистанційних договорів (дистанційна продаж)» № 97/7/ЕС від 20 травня 1997 року; «Про обробку персональних даних та захисту права на недоторканість особистого життя в сфері телекомунікацій» № 97/66/ЕС від 15 грудня 1997 року; «Про політику ЄС щодо електронних підписів» № 1999/93/ЕС від 13 грудня 1999 року; «Про деякі правові аспекти інформаційних суспільних послуг, зокрема електронної комерції на внутрішньому ринку (Директива щодо електронної комерції)» № 2000/31/ЄС від 8 червня 2000 року (далі – Директива № 2000/31/ЄС) та ін.

Зокрема, у Директиві щодо електронної комерції зазначається, що розвиток електронної комерції у межах інформаційного суспільства надає значні можливості працевлаштування, особливо на малих та середніх підприємствах, стимулюватиме економічне зростання та інвестиції у виробництво нових виробів європейськими компаніями, а також може посилити конкурентоспроможність промисловості ЄС за умови загального доступу до Інтернету. Основною метою зазначеної Директиви є створення законодавчої бази для забезпечення вільного руху інформаційних суспільних послуг між державами-членами ЄС.

21 жовтня 2008 року на Тридцять першому пленарному засіданні Міжпарламентської Асамблеї держав-учасниць СНД був прийнятий Модельний закон про електронну тор-

гівлю. Метою даного закону є правове забезпечення умов для електронної торгівлі на базі визнання електронних повідомлень, включаючи закріплення прав та обов'язків осіб, які здійснюють електронну торгівлю, встановлення правил здійснення операцій з використанням підписаних аналогами власноручних підписів електронних повідомлень, формування правової бази державного регулювання та підтримки електронної торгівлі, захисту прав та законних інтересів громадян та юридичних осіб, що беруть участь у електронній торгівлі. Зокрема, в даному нормативному акті визначено поняття електронної торгівлі, як торгівлі, що здійснюється з використанням інформаційних систем, інформаційно-комунікаційних систем та електронних процедур.

У Модельному законі визначено основні принципи правового регулювання в сфері електронної торгівлі. Зокрема, правове регулювання у сфері електронної торгівлібудується на принципах рівності її учасників, свободи договорів, вільного переміщення товарів, послуг та фінансових засобів по всій території держави, безперешкодного здійснення підприємницької діяльності у рамках електронної торгівлі, а також на гарантіях судового захисту прав учасників електронної торгівлі. Нормативно-правові акти у сфері правового регулювання електронної торгівлі не повинні встановлювати переваги та преференції одних інформаційних технологій щодо інших, якщо тільки зобов'язання застосування певних інформаційних технологій не встановлено національним законодавством у сфері інформаційної безпеки.

Учасники електронної торгівлі зобов'язані всі відомості про запропонований ними товар і послуги надавати у формі, яка дозволяє їх адресату, за умови, що той не має спеціальних знань, однозначно ідентифікувати отриману інформацію як електронну торгівлю та скласти достовірне уявлення про правове положення особи, що здійснює електронну торгівлю, про його товар, послуги, ціни та умови купівлі [4].

Модельним законом про електронну торгівлю визначено суб'єктів цієї діяльності, а саме продавців, покупців, інформаційних та інших посередників. Крім того, передбачається чітко визначене коло продавців, до яких відносяться тільки юридичні особи незалежно від форми власності та організаційно-правової форми, що здійснюють діяльність із гуртової та роздрібною торгівлі, доставки товарів, виконання робіт та послуг. Як видно із тексту Модельного закону про електронну торгівлю, діяльність як продавців фізичних осіб-підприємців не передбачена. Проте у вимогах до інформації про діяльність продавця зазначено і відомості про фізичну особу – суб'єкта підприємницької діяльності.

До покупців відносяться юридичні особи, фізичні особи-підприємці, органи державної влади та місцевого самоврядування, організації, відомства та просто фізичні особи, що здійснюють покупки для власних потреб.

До інформаційних посередників відносяться оператори платіжних систем, організатори торгів, конкурсів, аукціонів, організації та відомства, що надають послуги по забезпеченню та підтримці електронних процедур при оформленні та здійсненні електронних операцій.

Досліджуючи правове регулювання електронної комерції у світі, необхідно звернути увагу на ті правові системи, у яких дане питання вже врегульовано. Одним із прикладів правого регулювання електронної комерції може слугувати Закон Республіки Узбекистан «Про електронну комерцію». Статтею 3 даного нормативного акта визначено, що «електронною торгівлею» є підприємницька діяльність з продажу товарів, виконання робіт та надання послуг, здійснюваних із допомогою інформаційних систем [5].

Крім того, цим нормативним актом визначено коло учасників електронної комерції, до яких відносяться юридичні та фізичні особи, які здійснюють електронну комерцію, а також юридичні та фізичні особи, які є покупцями відповідних товарів, робіт, послуг. Визначається, що суб'єктами електронної комерції

також можуть бути інформаційні посередники, які надають послуги, пов'язані з обігом електронних документів.

Даний нормативний акт є невеликим за обсягом та визначає лише загальні декларативні поняття, встановлюючи основні засади здійснення електронної комерції у державі. На виконання вимог даного Закону Республіки Узбекистан урядом цієї держави була підготовлена постанова «Про заходи з подальшого удосконалення проведення платежів при здійсненні електронної комерції». У цьому документі передбачалося здійснення комплексу заходів правового, економічного та фінансового характеру, в частині покращання ситуації правового регулювання електронної комерції, розвитку та державної підтримки суб'єктів даного виду економічної діяльності. Для більшої конкретизації завдань та визначення механізмів їх реалізації щодо розвитку електронної комерції у Республіці Узбекистан було розроблено проект Програми розвитку електронної комерції на період до 2010 року. Разом з тим з різних об'єктивних та суб'єктивних причин дана програма не була прийнята та реалізована.

Досить цікавий підхід до нормативного забезпечення електронної комерції був застосований у правовій системі Польщі. У цій країні було прийнято Закон «Про надання електронних послуг». Основними принципами даного нормативного акта стали:

- принцип зобов'язання з обслуговування, пов'язаний із наданням електронних послуг;
- принцип виключення відповідальності для сервіс-провайдерів при наданні електронних послуг;
- принцип захисту персональних даних осіб, які використовують дані послуги.

У законі визначено права та обов'язки постачальників електронних послуг. Даний нормативний акт встановлює заборону щодо несанкціонованої розсилки інформації (спаму).

Окремою главою визначено норми, що виключають відповідальність сервіс-провай-

дерів за надані послуги. Крім того, значну увагу в нормативному акті приділено системі інформаційного захисту, захисту персональних даних суб'єктів електронної комерції та передбачено відповідальність за порушення норм закону та правил надання електронних послуг.

Вчений А.М. Новицький сутність електронної комерції розглядає як:

– по-перше, це віддалена торгівля матеріальними товарами народного споживання, що замовляються за допомогою інформаційних та телекомунікаційних систем, реклама та повна інформація про які виставлена на відповідних сайтах у мережі Інтернет або надання відповідних матеріальних послуг тощо. Тобто це такий вид діяльності, при якому підприємницька діяльність здійснюється за допомогою новітніх інформаційних і телекомунікаційних технологій. При цьому товар чи послуга є матеріальними та, відповідно, передається споживачу через різні види та форми доставки товару;

– по-друге, це вид діяльності, при якому товари та послуги надаються в цифровому вигляді, оплата за такі товари та послуги проводиться електронними переказами або електронними грошима.

Необхідність у такому розрізненні цих двох видів діяльності полягає у тому, що в першому випадку, коли здійснюється продаж матеріальних товарів чи послуг, є можливість їх відслідковувати шляхом контролю за переміщенням товарів і послуг, переміщення через митний кордон тощо. У випадку із цифровим переміщенням товарів та послуг виникають труднощі із встановленням юрисдикції продавця, покупця та встановлення юрисдикційної норми регулювання відносин тощо [6, с. 218].

Слід зауважити, що положення, передбачені Законом України «Про захист прав споживачів» від 12 травня 1991 р. [7] не враховували усіх можливостей транскордонної дистанційної торгівлі, що спричинило необхідність прийняття Закону України «Про електронну комерцію» від 3 вересня 2015 р. [8]. Прийняття даного нормативно-правового

акту зумовлено саме особливістю дистанційної торгівлі, яка полягає в тому, що споживач фактично не має можливості побачити продукт або підтвердити сутність надаваних послуг до укладення контракту.

Із введенням в дію Закону України «Про електронну комерцію» на законодавчому рівні запроваджено низку визначень, що застосовуватимуться у сфері правових відносин із електронними правочинами, а саме: «електронна комерція», «електронна торгівля», «електронна форма представлення інформації», «електронне повідомлення», «електронний правочин», «інтернет-магазин» тощо (ст. 1 Закону України «Про електронну комерцію») [8].

Однак, у літературі справедливо зауважується про те, що у Законі України «Про електронну комерцію» замовчуються вимоги щодо Інтернет-магазину, з яким, власне, і мають справу покупці (потенційні покупці). Основний недолік полягає в тому, що Інтернет-магазин визнається як засіб для представлення або реалізації товару, роботи чи послуги шляхом вчинення електронного правочину, а не як учасник правовідносин е-торгівлі із обов'язком зазначати про себе відповідну інформацію.

До позитивних характеристик Закону України «Про електронну комерцію» можна віднести також те, що у ньому електронний правочин за правовими наслідками прирівнюється до договору, який укладено в письмовій формі (ст. ст. 5, 11 Закону України «Про електронну комерцію»). При цьому законодавець підкреслив, що правочин не може бути визнано недійсним у зв'язку з його вчиненням в електронній формі, якщо інше не передбачено законом. Прогресивним та таким, що відповідає нормам права ЄС є положення ст. 14 Закону України «Про електронну комерцію», яким заборонено використання та витребування персональних даних сторонами електронного правочину з іншою метою, ніж вчинення електронного правочину, якщо інше не встановлено законом або за домовленістю сторін [9].

**Висновки.** Значний розвиток суспільних відносин у сфері електронної торгівлі, збільшення обсягів товарів і послуг, що надаються за допомогою інформаційних та телекомунікаційних систем призвів до необхідності правового регулювання цих відносин. Вра-

ховуючи досвід застосування різних моделей регулювання електронної комерції, нашій державі необхідна чітка законодавча регламентація здійснення електронної торгівлі в мережі Інтернет із запровадженням дієвих способів захисту прав споживачів.

## АНОТАЦІЯ

У статті досліджено правові засади захисту прав споживачів у сфері електронної комерції. Е-комерція – галузь, яка найшвидше зростає і миттєво реагує на найостанніші тенденції та виклики завдяки застосуванню інформаційних та телекомунікаційних систем, тому потребує постійного моніторингу та заходів регулювання з боку державних органів.

Зауважено, що положення, передбачені Законом України «Про захист прав споживачів» від 12 травня 1991 р. не враховували усіх можливостей транскордонної дистанційної торгівлі, що спричинило необхідність прийняття Закону України «Про електронну комерцію» від 3 вересня 2015 р. Прийняття даного нормативно-правового акту зумовлено саме особливістю дистанційної торгівлі, яка полягає в тому, що споживач фактично не має можливості побачити продукт або підтвердити сутність надаваних послуг до укладення контракту. Із введенням в дію Закону України «Про електронну комерцію» на законодавчому рівні запроваджено низку визначень, що застосовуватимуться у сфері правових відносин із електронними правочинами, а саме: «електронна комерція», «електронна торгівля», «електронна форма представлення інформації», «електронне повідомлення», «електронний правочин», «інтернет-магазин».

Підкреслено, що значний розвиток суспільних відносин у сфері електронної торгівлі, збільшення обсягів товарів і послуг, що надаються за допомогою інформаційних та телекомунікаційних систем призвів до необхідності правового регулювання цих відносин. Враховуючи досвід застосування різних моделей регулювання електронної комерції, нашій державі необхідна чітка законодавча регламентація здійснення електронної торгівлі в мережі Інтернет із запровадженням дієвих способів захисту прав споживачів.

**Ключові слова:** електронна комерція, електронна торгівля, Інтернет, захист прав споживачів, інтернет-магазин.

## **Bortnik N.P., Dovgan Yu.A. Consumer protection in the field of e-commerce. – Article.**

The article examines the legal framework for consumer protection in the field of e-commerce. E-commerce is the fastest growing industry and responds instantly to the latest trends and challenges through the use of information and telecommunications systems, so it requires constant monitoring and regulatory action by government agencies.

It is noted that the provisions of the Law of Ukraine “On Consumer Protection” of May 12, 1991 did not take into account all the possibilities of cross-border distance trade, which necessitated the adoption of the Law of Ukraine “On E-Commerce” of September 3, 2015. Adoption of this legal act is due to the peculiarity of distance trade, which is that the consumer does not actually have the opportunity to see the product or confirm the essence of the services provided before the contract. With the entry into force of the Law of Ukraine “On e-commerce” at the legislative level introduced a number of definitions that will be used in the field of legal relations with electronic transactions, namely: “e-commerce”, “e-commerce”, “electronic form of information”, “electronic messages”, “electronic transaction”, “online store”.

It is emphasized that the significant development of public relations in the field of e-commerce, increasing the volume of goods and services provided through information and telecommunications

systems has led to the need for legal regulation of these relations. Given the experience of using different models of e-commerce regulation, our country needs clear legal regulation of e-commerce on the Internet with the introduction of effective ways to protect consumer rights.

**Key words:** e-commerce, e-commerce, Internet, consumer protection, online store.

**Список використаних джерел:**

1. Як уряду України розбудувати державну політику у сфері е-торгівлі. URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/analytics/yak-uryadu-ukrayiny-rozbuduvaty-derzhavnu-polityku-u-sferi-e-torgivli/>
2. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг : практичний посібник / Міщенко В. І., Шаповалов А. В. Юрчук Г. В. К. : Знання, КОО, 2003. 278 с.
3. Zwass V. Electronic Commerce: Structures and Issues. *International Journal of Electronic Commerce*. 1996. Vol.1, №. 1, Fall. P. 3–23.
4. Модельний закон про електронну торгівлю. URL: [http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=2&nreg=997\\_k75](http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=2&nreg=997_k75).
5. Об электронной комерции: Закон Республики Узбекистан. *Собрание законодательства Республики Узбекистан*. 2004. № 20. С. 232.
6. Новицький А.М. Правові основи формування інститутів інформаційного суспільства в Україні: теорія та практика : дис. ... доктор. юрид. наук: 12.00.07 / Ірпінь, 2012. 485 с.
7. Про захист прав споживачів : Законом України від 12 травня 1991 р. *База даних «Законодавство України»* / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov>.
8. Про електронну комерцію: Закону України від 3 вересня 2015 р. *База даних «Законодавство України»* / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov>.
9. Банасевич І.І. Гармонізація приватноправового законодавства у сфері захисту прав споживачів за дистанційними контрактами *Актуальні проблеми вдосконалення чинного законодавства України: Збірник наукових статей*. 2019. Вип. 51. С.3-14. URL: <http://hdl.handle.net/123456789/8696>