

Права споживачів при купівлі товарів через інтернет-магазин

Михалєв А. С., Мельник В. В.
Сумський державний університет, юридичний факультет;
к.ю.н., доц. кафедри АГП ФЕБ; студент гр. Ю-74
e-mail: kafedrapravasumdu@ukr.net

The report reveals the essence of the concept of «online store», the basic principles of trading activity through online stores, the processes of buying and selling through web pages and sites.

ВСТУП

Як справедливо зауважив один активний клієнт онлайн-комерції, «в інтернет-магазині можна купити все, крім любові і Вітчизни». Це швидко, зручно і часто дешевше, ніж в традиційних магазинах. Питання лише в тому, наскільки це безпечно, тобто які є гарантії, що покупець не буде обдурений, купуючи, по суті, «кота в мішку»? Чи поширюється на такі правовідносини дія Закону України «Про захист прав споживачів»? Відповіді на ці питання можна знайти, ретельно розібравшись, чим регулюється інтернет-торгівля [6].

ОСНОВНИЙ ТЕКСТ

На перший погляд інтернет-магазин мало чим відрізняється від традиційної торговельної точки. Замість торгового залу у такого магазину є сайт, на якому розміщені каталог товарів, прайс-листи, контакти продавця. Всі товари знаходяться на складі, з якого покупець або сам їх забирає, або замовляє доставку поштою / кур'єром. Договір купівлі-продажу оформляється шляхом оформлення замовлення і виставлення рахунку, який може бути сплачений по-різному: післяплатою, готівкою на складі продавця або кур'єру, за допомогою розрахункової картки покупця або електронних грошей. Виходячи з цього, можна зробити однозначний висновок, що торгівлю через Інтернет цілком можна віднести до продажів товарів на замовлення, яка має деякі особливості, закріплені в Правилах продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями, затверджених наказом Мінекономіки № 103 від 19.04.2007 (далі – Правила № 103). Якщо керуватися цим документом, інтернет-торгівля має всі характерні риси продажу товарів на замовлення, оскільки в даному випадку споживач укладає договір купівлі-продажу товарів із продавцем на відстані за допомогою засобів дистанційного зв'язку або здійснює їх попереднє замовлення безпосередньо в продавця. До засобів дистанційного зв'язку в цьому контексті п. 1.2. Правил № 103 відносить телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, зокрема Інтернет, які можуть використовуватися для укладення договорів на відстані [7]. Оскільки покупцем в інтернет-магазині найчастіше є фізична особа, практично всі відносини в цій сфері підпадають під дію норм Цивільного кодексу України і Закону України «Про захист прав споживачів».

Це означає, що, згідно з ч. 2 і 3 ст. 13 названого закону, перед укладенням договорів на відстані продавець (виконавець) повинен надати споживачеві інформацію про найменування продавця (виконавця), його місцезнаходження та порядок прийому претензій; основних характеристиках продукції; ціною, включаючи плату за доставку, та умови оплати; гарантійні зобов'язання та інші послуги, пов'язані з утриманням чи ремонтом продукції; інших умовах поставки або виконання договору; вартості телекомунікаційних послуг, якщо вона відрізняється від граничного тарифу; періоді прийому пропозицій; порядку розірвання

договору. Ця інформація повинна бути надана в письмовому (в т. ч. електронному) вигляді. Згідно з ч. 3 ст. 13 Закону «Про захист прав споживачів» те, що споживачу надано наведені вище відомості, і-магазин повинен підтвердити 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). У нашій ситуації – інтернет-сторінка, на яку покупець потрапляє перед тим, як запит на купівлю товару буде сформовано. Однак радимо продавцям потурбуватись і про дублювання всіх даних на папері або хоча б 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 Закону «Про захист прав споживачів»). Коли продавець не має замовленого товару і тому він не може виконати договір, йому необхідно повідомити споживача якнайшвидше, але не пізніше 30 днів з моменту одержання його згоди на укладення договору. Найчастіше, купуючи речі дистанційно, споживачі не замислюються про те, як зв'язатися з магазином, якщо покупка не задовольнить вимог. Тим часом інтернет-магазин, як і будь-який інший, повинен мати юридичну адресу. На сайті магазину повинен бути зазначений і номер телефону, причому не тільки мобільний, але і стаціонарний. Якщо на інтернет-сторінці виявився тільки адресу електронної пошти, вам відповів автовідповідач або оператор говорить непереконливо – від покупки краще відмовитися. Крім того, на сайті повинні бути прописані умови доставки. Покупка повинна оплачуватися лише після її отримання, перевірки на наявність всіх предметів. В іншому випадку, оплативши товар заздалегідь, ви ризикуєте залишитися без грошей і без покупки. Не соромтеся перевірити термін служби купується речі і правильність заповнення гарантійного талона. Крім того, не забудьте взяти чек, в якому мають бути вказані назва товару, сума, продавець, його адреса та ідентифікаційний код (90% інтернет-продавців – ФОП). У разі ж, якщо товар вам не підійшов, а обміняти його не вдалося, постарайтеся докласти всіх зусиль, щоб отримати письмову відмову від представника онлайн-магазину. Якщо після розірвання договору недобросовісний продавець не поспішає повернути сплачені за продукцію кошти, споживачеві виплачується неустойка в розмірі 1% вартості продукції за кожний день затримки повернення грошей (ч. 9 ст. 12 і ч. 7 ст. 13 закону «Про захист прав споживачів»). Вартість товару і неустойку можна стягнути через суд. Також на несумлінного продавця може бути накладено адміністративний штраф на підставі скарги до місцевого органу захисту прав споживачів. Доказами правопорушення будуть лист з відмовою і чек. У інтернет-магазинах продавець висловлює пропозицію у вигляді так званої публічної оферти, у нашому випадку – це розміщення зразків товарів на їх сайтах, що пропонуються невизначеному колу осіб з метою укласти договір. Дана оферта має таке саме юридичне значення, як і оферта, запропонована конкретній особі. Цивільний кодекс передбачив два види публічної оферти. Так, згідно зі ст. 699 ЦК пропозиція товару в рекламі, каталогах, а також інших описах товару, зверненнях до невизначеного кола осіб є публічною пропозицією укласти договір, якщо вона містить усі істотні умови договору. Виставлення товару, демонстрація його зразків або надання відомостей про товар (описів, каталогів, фотознімків тощо) у місцях його продажу є публічною пропозицією укласти договір, незалежно від зазначення ціни та інших істотних умов договору, крім випадків, коли продавець явно визначив, що відповідний товар не призначений для продажу [3].

Відповідно до ч.1 ст 698 ЦК за договором роздрібної купівлі-продажу продавець, який здійснює підприємницьку діяльність з продажу товару, зобов'язується передати покупцеві товар, що звичайно призначається для особистого, домашнього або іншого використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю, а покупець зобов'язується прийняти товар і оплатити його.

Отже, сторонами в договорі роздрібної купівлі-продажу є продавець та покупець. Продавцем виступає юридична особа або фізична особа-підприємець, що здійснює підприємницьку діяльність з продажу у роздріб товару. На екрані монітора нашого комп'ютера після введення в пошукову систему назви потрібного товару з'явиться список інтернет-магазинів, котрі являтимуться продавцями. ЦК та Закон України «Про захист прав споживачів» покладає на них широке коло обов'язків. Але відсутність законодавчо визначених вимог щодо порядку створення таких магазинів дає зелене світло першочерговій маніпуляції стосовно правдоподібності сторони договору, оскільки створити подібний магазин, а потім ліквідувати його при наявності спеціальних знань може кожен бажаючий [3].

Користувач інтернет-послуг, котрий орієнтується у мережі посередньо, не завжди зможе розпізнати, який із магазинів є реально діючим, а який – «одноденним». У другому випадку так званою стороною договору виступає фіктивна особа, що запропонувала придбати товар, котрого взагалі не існує, або ж без наміру передавати останній. За порадами друзів можна дізнатися, що надійний сайт магазину не може бути представлений у вигляді хоумпейджу (домашньої сторінки) за адресою типу <http://chat.ru/~supereliteshop>. Слід остерігатися магазинів, що працюють шляхом повної передоплати та за відсутністю контактних телефонів або менеджери яких відмовляються відповідати на запитання з приводу своїх фінансових та географічних реквізитів, а при проханні більш детально розповісти про товар, починають грубити. Таким чином постає проблема неврегульованості легального порядку створення інтернет-магазину, визначення кола обов'язків їх менеджерів та відсутності відповідальності за некоректне та непрофесійне ставлення до покупців. У випадку виникнення інших проблем та з метою їх усунення доцільно було б наголосити на обов'язку продавця при доставці товару передавати через кур'єра документ, у якому визначені гарантійні зобов'язання виробника, заповнені продавцем та скріплені печаткою, строки гарантії й адреси сервісних центрів. Це надаватиме змогу покупцеві доказово захистити свої порушені права, наприклад, у випадку, коли на сайті та в гарантії зазначені різні умови або при наявності гарантії, покупець не може скористатися правом безоплатного ремонту товару у зв'язку з неймовірно далеким та невідповідним розташуванням сервісних центрів, якщо раніше про це не було відомо[3].

Насамперед варто перевірити, чи наявна знизу сторінки, що призначена для введення даних кредитної картки, емблема у вигляді замочка і чи додана в рядку адреси буква «s» - <https://>, котра вказує, що канал зв'язку безпечний. Крім того на сайті викладається інформація про сертифікати захисту. Слід звернути увагу на адресу та реквізити фірми на сайті інтернет-магазину. Якщо такі дані повністю відсутні, то краще утриматися від купівлі. Не варто використовувати основну кредитну картку для розрахунків через Інтернет. Буде краще, якщо для цього завести окрему картку з невеликою сумою коштів. Але регулярно перевіряти рух коштів слід у будь-якому разі. Я вважаю, що подібні рекомендації та застереження слід обов'язково зазначати на інтернет-сторінці оплати товару за допомогою банківської картки.

Що стосується товару, котрий виступає предметом договору купівлі-продажу через Інтернет, то за загальним правилом він повинен призначатися для особистого, домашнього або іншого використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю. Асортимент товарів відображається на сайтах інтернет-магазинів, а також в інтернет-каталогах. Там же міститься й інформація про кожен з них. Проте факт, що вказана характеристика товару та його ціна була якимось чином розміщена у базі даних, на жаль, не завжди означає, що товар в даному магазині дійсно є і що його вартість відповідає занесеній у базу. Чимало продавців заманюють покупців неправдивою інформацією і часто під час спілкування з менеджером

магазину ціна товару зростає на 10 і більше відсотків найчастіше у зв'язку з «нестабільним в Україні економічним становищем» або ж через те, що ціни наведені в умовних одиницях, котрі безпідставно переводяться у гривні за власним курсом інтернет-магазинів[3].

Здійснюючи покупку за допомогою Інтернету, користувачу пропонуються різноманітні можливості оплати.

Починаючи від найтрадиційніших, коли рахунок за товар приходить разом з ним, що є вигідним для покупця, оскільки з'являється можливість попередньо оглянути товар і лише після цього здійснити оплату.

У разі, коли продавець наполягає на передоплаті, то вона не повинна перевищувати половину від вартості товару. Виходить, 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 [1].

ВИСНОВКИ

У підсумку необхідно зазначити, що договір купівлі-продажу через Інтернет є підвидом традиційного договору купівлі-продажу, і на нього повністю і без винятку поширюються норми законодавства про захист прав споживачів. Питання лише в тому, що найчастіше на накладних (рахунках) не вказуються повні реквізити інтернет-магазинів, що призводить до неможливості повноцінного захисту прав споживачів. Саме ця обставина і є основним стримуючим фактором для багатьох покупців [2].

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Антонов В.М. Банківська система та електронна комерція як інформаційні ресурси: Навчальний посібник / В.М. Антонов, Ю.В. Бондарчук. – К: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2002. – 56 с.
- Брижко В.М. До питання е-торгівлі та захисту персональних даних / В.М. Брижко, Швець М.Я // Правова інформатика. – № 1. – 2007. – С. 12-25
- Проблеми здійснення купівлі через інтернет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: old.pinchukfund.org/storage/students/works/2009/680.doc
- Відповідальність за розповсюдження в мережі Інтернет інформації, що не відповідає дійсності та порочить честь, гідність та ділову репутацію [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://consultants.kiev.ua/publ-kats/v-dpov-daln-st-za-rozpovsiudzhennya-v-merezh-internet-nformats-scho-ne-v-dpov-da-d-ysnost-ta-porochit-chest-g-dn-st-ta-d-lovu-reputats-iu>.
- Придбання товару через інтернет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.big-lib.com/book/41_Zahist_prav_spojivachiv/4353_421Pridbannya_tovariv_cherez_internet_yak_spojivachevi_zahistiti_sv_oi_prava
- Що таке інтернет-торгівля [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pozovna.com.ua/analitika/776-kupivlya-prodazh-v-merezhi-internet-prava-spozhyvacha-obmin-tovaru.html>.
- Про затвердження Правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями: Наказ міністерства економіки України від 19 квітня 2007 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z1181-07>

