

К. М. Врублевська-Місюна,
*к.ю.н., молодший науковий співробітник НДІ правового
забезпечення інноваційного розвитку НАПрН України*
В. Ю. Лиманський,

*Студент 6 групи, 4 курсу, 3 факультету
НЮУ імені Ярослава Мудрого*

ЩОДО ПИТАННЯ БЕЗПЕКИ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

Наразі інтернет-магазини є досить популярними, вони дозволяють без зайвих витрат часу знайти необхідну річ, купити або продати її не виходячи з дому. Це значно спрощує наше життя, тим паче у сучасному світі, коли завжди обмаль часу. До кінця 2018 року загальний обсяг продажів інтернет-магазинів у всьому світі, за прогнозами, повинен досягти позначки в 2 трильйони доларів США. Зростання, порівняно з минулим роком, складе + 6 %. Майже половина всіх продажів у сфері електронної комерції, за підсумками 2017 року, припадає на Китай (47 %). У грошовому вираженні це приблизно 900 мільярдів доларів. Таким чином, ця країна посідає перше місце в світі за рівнем продажів в інтернет-комерції, посунувши з цього місця США [1].

Однією з тенденцій ринку є розширення варіантів оплати. Багато власників провідних інтернет-магазинів використовують традиційні платіжні інструменти, проте попит на інноваційні методи оплати зростає. Крок назустріч цьому попиту сприяє подальшій експансії онлайн-ритейлу, зокрема завдяки Apple Pay, Google Pay та іншим системам безконтактного проведення платежів, вони починають працювати коли споживач розраховується за товар, кошти списуються з банківської картки за принципом, який базується на технології NFC та прив'язці банківських карток до мобільних пристроїв. При здійсненні платежу системи не передають магазину номер картки, а відправляють тільки спеціальний ідентифікаційний код, що шифрується і зберігається локально на смартфоні. Власники таких платіжних систем стверджують, що номери карт

не зберігаються ні на пристроях, ні на серверах компанії, а також що не зберігають дані про платежі користувача. Від початку роботи сервісів, до них вже приєдналися десять найпопулярніших банків країни. Зокрема ПриватБанк, Ощадбанк, «Укрсіббанк», ПУМБ та «Монобанк».

Утім, уперше технологію NFC-гаманців в Україні впровадив «Альфа-Банк», який запустив у 2014 році послуги безконтактних платежів зі смартфона на базі NFC SIM та смарт-годинника з оплатою на базі технології Mastercard PayPass. Того ж року можливість безконтактної оплати з'явилася в «Приват24».

До основних проблем, які, на думку аналітиків, здатні обмежити зростання ринку в майбутньому, відносять проблеми безпеки і конфіденційності [2; 103] .

На практиці споживач, купуючи товар через інтернет-магазин, в багатьох випадках не може реалізувати свої права у зв'язку з неможливістю встановити особу продавця та його місцезнаходження. Оскільки переважна кількість інтернет-магазинів на своєму сайті зазначають лише адресу електронної пошти та номер телефону, що фактично порушує права споживача. Також, у випадку купівлі товару через Інтернет споживач не має можливості безпосередньо ознайомитися з товаром, він орієнтується лише на його зображення, текстовий чи словесний опис.

У зв'язку з вище наведеними підставами, продавці часто не лише реалізують неякісний чи фальсифікований товар, але й уникають відповідальності за свої дії. Більше того, діяльність деяких інтернет-магазинів є одним із засобів реалізації нелегальної продукції, тобто такої, яка потрапила на територію України поза митним контролем та яка, як правило, не має документів, що підтверджує якість та безпечність такої продукції.

Відповідно до статті 13 Закону України «Про захист прав споживачів» перед укладенням договорів на відстані продавець повинен надати споживачеві інформацію про найменування продавця, його місцезнаходження та порядок прийняття претензії. [3]

Окрім цього, статтею 7 Закону України «Про електронну комерцію» передбачено, що продавець (виконавець, постачальник) то-

варів, робіт, послуг в електронній комерції під час своєї діяльності та у разі поширення комерційного електронного повідомлення зобов'язаний забезпечити прямий, простий, стабільний доступ інших учасників відносин у сфері електронної комерції до інформації про: повне найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи - підприємця; місцезнаходження юридичної особи або місце реєстрації та місце фактичного проживання фізичної особи - підприємця; адресу електронної пошти та/або адресу інтернет-магазину [4].

Досить часто ми залишаємо свої персональні дані в інтернет-магазинах у відповідних формах реєстрації для оформлення товару. При цьому, більшість представників Інтернет-бізнесу халатно ставляться до вимог законодавства про захист персональних даних. Порядок збирання, зберігання та обробки персональних даних врегульовано Законом України “Про захист персональних даних” [5]. Положення даного Закону дає можливість врегулювати відносини із споживачем у цифровій формі. Так, для інформаційно-телекомунікаційних систем, якими серед іншого є веб-сторінки інтернет-магазинів та їх супутні мобільні додатки, є можливість отримання дозволу в електронному вигляді та врегулювання відносин шляхом укладення “цифрових” публічних договорів приєднання. Тобто у формі Політики Конфіденційності або Положення про конфіденційність Інтернет-сайту. Відповідно до Закону згода користувача на обробку персональних даних та вчинення пов'язаних з цим дій має бути однозначною. Тому по кожній позиції відомостей, що збирається мати власник інтернет-магазину, має бути сформовано оферту та акцепт, з їх закріпленням в тексті публічної угоди.

Знати правові основи діяльності інтернет-магазину надзвичайно важливо як їх власникам, які повинні забезпечувати виконання законних вимог в ході організації торгівлі, а також споживачам, для того аби знати, як захистити свої права в ході купівлі товарів в інтернет-магазині. Зазначене вкрай важливе, оскільки з розвитком інтернет-технологій кількість правочинів, що укладаються в мережі Інтернет зростає з кожним роком.

Література

1. Ukrainian Retail Association. URL: <https://rau.ua/uk/ecommerceuk/itogigoda/>
2. Воробйова О. Нормативно-правове забезпечення електронної торгівлі: міжнародний досвід. *Ефективність державного управління*: збірник наукових праць. 2015. С. 269.
3. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-ХІІ. *Відомості Верховної Ради УРСР*. 1991. № 30. Ст. 379.
4. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 №675-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 45. Ст. 410.
5. Про захист персональних даних: Закон України від 01.06.2010 № 2297-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2010. № 34. Ст. 481.

С. В. Глібко,

*к.ю.н., доцент, директор НДІ правового забезпечення
інноваційного розвитку НАПрН України
ORCID: 0000-0003-3398-9276*

ПРАВОВІ ПИТАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ЗДІЙСНЕННЯ РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКАМИ

Активний розвиток інформаційних технологій у сфері банківської діяльності спричинює виникнення нових ризиків як для самих банківських установ, так і для їхніх клієнтів під час здійснення різних видів розрахункових операцій. З одного боку питання правового регулювання забезпечення інтересів клієнтів банків при проведенні розрахунків, як правило, пов'язується з відображенням у правовій формі маркетингових заходів банківських установ, використанням розробок програмних продуктів інших суб'єктів, які обов'язкові для застосування у зв'язку з участю банків у платіжних системах. У цих реаліях інтереси клієнтів є похідними, оскільки останні вимушені користуватися запропонованими послугами банків, і, знаходячись в нерівному економічному становищі, клієнти власними силами