

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Уртаєв О. І.

*адвокат, арбітражний керуючий,
здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії першого курсу
спеціальності 081 – Право
кафедри державно-правових дисциплін
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

Враховуючи стрімкий розвиток інформаційних технологій, розвиваються й цивільні та господарські правовідносини торгівлі в мережі Інтернет. Зміна кон'юнктури ринку постійно підштовхує до змін у ринкових відносин, що спричиняє розвиток електронної комерції.

Правовідносини, що складаються між суб'єктами господарювання та здійснюються завдяки використанню всесвітньої мережі Інтернет, стосуються суб'єктів, які працюють як у реальному, так і електронному середовищі.

Із розвитком правовідносин у сфері електронної комерції велика частка угод та бізнес-процесів перенесена у віртуальний простір. Їх кількість буде лише зростати.

Для належних та законних угод за допомогою електронної комерції необхідне відповідне їй правове регулювання.

Висвітленням загальної характеристики та правового регулювання електронної комерції займалися такі вчені як Д. Артеменко, М. Данильченко, З. Задорожній, Я. Лаврів, С. Маловичко, В. Рєзніков, Н. Савицька, В. Желіховський та інші.

Закон України «Про електронну комерцію» від 03 вересня 2015 року № 675-VIII є профільним законом, який визначає організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, встановлює порядок вчинення електронних правочинів із застосуванням інформаційно-комунікаційних систем та визначає права і обов'язки учасників відносин у сфері електронної комерції.

Відповідно до даного Закону, електронна комерція визначається як відносини, які спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інфор-

маційно-комунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [1].

Організація економічного співробітництва та розвитку надає визначення електронної комерції у вузькому та широкому сенсі [3, с. 69].

У вузькому значенні електронна комерція розглядається як купівля-продаж товарів та послуг між суб'єктами господарювання, приватними господарствами, фізичними особами, урядами та іншими державними чи приватними організаціями, які здійснюються через мережу Інтернет. Товари та послуги замовляються за допомогою мережі Інтернет, але платіж та остаточна доставка товару або послуги можуть здійснюватися як в онлайн, так і в офлайн режимі.

У широкому значенні електронна комерція розглядається як певна форма взаємовідносин (паритету) у сфері бізнесу, де комунікація між суб'єктами будується за допомогою використання інформаційних технологій.

На глибоке переконання Н. Л. Савицької, електронна комерція розуміється у декількох значеннях – вузькому (розглядається як комерційна діяльність лише Інтернет-провайдерів і виробників інформаційних технологій), звуженому (отожднюється з електронною торгівлею, коли мається на увазі здійснення купівлі-продажу фізичних, цифрових товарів, послуг, купонів і квитків за допомогою Інтернету) та широкому (всі можливі способи використання інформаційно-цифрового простору і технологій для розподілу ділової інформації, вибудовування відносин між суб'єктами ринку та здійснення господарської діяльності) [4, с. 238].

Протягом останніх років електронна комерція характеризується стрімким зростанням. Цьому є декілька пояснень:

- поширення інтернет-технологій в регіонах та сільській місцевості;
- збільшення кількості користувачів смартфонів;
- переведення багатьох процесів в онлайн площину через пандемію коронавірусу COVID-19;
- збільшення довіри до електронних платіжних систем.

До переваг електронної комерції слід віднести:

- транснаціональність та екстериторіальність (збільшення користувачів та покупців, відсутність кордонів в мережі Інтернет);
- зниження витрат на забезпечення функціонування офлайн-магазину (відсутність фізичної площі, штату продавців);
- покращення логістичних умов (доступна та швидка доставка).

Електронна комерція характеризується наступними ознаками [2, с. 101]:

- це комплексне, системне поняття, що складається із декількох елементів, які взаємодіють між собою;

- електронні системи першочергово виступають як середовище укладання договорів та надання різноманітних послуг;
- для провадження електронної комерції не використовується лише одна, чітко встановлена, електронна система;
- перелік угод, що можуть вчинятися з використанням електронних систем, є невичерпним.

Галузь електронної комерції прийнято розрізняти за типами, виділеними на основі суб'єктів-учасників економічних відносин та їх взаємодії один між одним. Найбільш широко розповсюдженими серед них є:

- бізнес-до-бізнесу (B2B);
- бізнес-до-споживача (B2C);
- споживач-до-споживача (C2C);
- бізнес-до-уряду (B2G);
- споживач-до-уряду (C2G);
- мобільна комерція (m-commerce).

Стаття 2 Закону України «Про електронну комерцію» регламентує і деталізує законодавство, що регулює сферу електронної комерції. До такого законодавства відноситься, зокрема, Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, Закони України «Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах», «Про телекомунікації», «Про електронні довірчі послуги», «Про платіжні послуги», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», «Про захист персональних даних», міжнародні договори, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України та інші нормативно-правові акти, прийняті відповідно до них.

У цілому Закон України «Про електронну комерцію» має ряд позитивних ознак, серед яких можна виділити те, що на законодавчому рівні визначено принципи електронної комерції, розтлумачено основні терміни, що стосуються електронної комерції, визначено правовий статус учасників електронної комерції, розтлумачено їх права та обов'язки, закріплено процедуру укладення електронних договорів, введено положення про захист персональних даних.

Враховуючи вищевикладене, необхідно підсумувати, що ринок електронної комерції невпинно прогресує. Це пояснюється певною закономірністю, оскільки через пандемію коронавірусу COVID-19 багато процесів було переведено в онлайн-формат.

Варто відмітити, що тенденції розвитку ринку електронної комерції будуть лише зростати.

Зростанню електронної комерції сприятимуть безпечні способи оплати в інтернет-магазинах та маркетплейсах; привабливі умови доставки (акції, заохочення і т. д.); швидкість і зростання якості обслуговування продавцями.

Закон України «Про електронну комерцію» є прогресивним законом, який надав поштовх до правового регулювання електронної комерції в Україні, визначив принципи електронної комерції та коло суб'єктів електронної комерції.

Одним із головних завдань України на сьогоднішній день є адаптація нормативно-правових актів до стандартів, визнаних міжнародною спільнотою, з метою подальшого ефективного і раціонального здійснення електронної комерції.

При подальшій модернізації законодавства України у сфері здійснення електронної комерції, необхідно гармонічно інтегрувати норми міжнародних конвенцій та сукупність набутих знань, умінь та навичок учасників Європейського союзу.

Література:

1. Закон України «Про електронну комерцію» від 3.09.2015 р. № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення 13.04.2023 р.).
2. Лаврів Я. Ю. Загальна характеристика цивільно-правового регулювання електронної комерції в Україні. *Актуальні питання економіки, управління та права* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Київ, Інститут інноваційної освіти. 2018. С. 99–103.
3. Маловичко С. В. Тенденції та перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні. *Економіка і регіон*. 2015. № 4 (53). С. 67–73.
4. Савицька Н. Л. Драйвери та бар'єри розвитку онлайн-ритейлу: теоретико-методичний аспект. *Бізнес Інформ*. 2014. № 10. С. 236–241.