

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ

Кафедра публічного управління та адміністрування

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на здобуття освітнього рівня Магістр

на тему:

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В
УКРАЇНІ

Виконала: студентка магістратури
спеціальності 281 Публічне управління
та адміністрування
заочної форми навчання

В.О. Кравчук

(прізвище та ініціали)

Керівник: доктор економічних наук,
професор, професор
кафедри

О.С. Чмир

(прізвище та ініціали)

Рецензент:

(прізвище та ініціали)

Хмельницький – 2020 рік

Анотація

Кравчук В.О. Публічне управління у сфері електронної комерції в Україні. Магістерська робота.

Магістерську роботу присвячено питанням електронної комерції та функціонування інтернет-магазинів, як суб'єктів комерційних інтернет-відносин в Україні. Запропоновано визначення електронної комерційної діяльності як діяльності суб'єктів господарювання, зареєстрованих відповідно до вимог національного законодавства у сфері суспільного виробництва, спрямована на реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність, і здійснюється з метою одержання прибутку через Інтернет-мережу. Запропоновано виділити наступні напрями удосконалення інструментів публічного управління діяльності суб'єктів електронної комерції: визначення органу державного управління, на який має бути покладено обов'язок забезпечувати здійснення управлінського впливу (регулювання та контролю) за діяльністю у сфері електронної комерції (Департамент нотаріату та державної реєстрації Міністерства юстиції України - у частині здійснення реєстрації суб'єктів діяльності у сфері електронної комерції та Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів - у частині здійснення контролю); формування інформаційної бази даних шляхом створення Державного реєстру суб'єктів електронної комерції (має об'єднати інформацію про існуючих «оф-лайн» суб'єктів які мають власний сайт комерційного призначення та суто «он-лайн» суб'єктів електронної комерції); здійснення міждержавного контролю за діяльністю суб'єктів електронної комерції; здійснення блокування суб'єктів електронної комерції, які вчиняють порушення правил або недотримання встановлених вимог (подібний захід може бути віднесено до повноважень Держпродспоживслужби або суду у формі блокуванням суб'єктів електронної комерції на рівні доменного імені та IP-адреси); формування чітких вимог до здійснення ідентифікації учасників відносин електронної комерції (широке

запровадження методів біометричного контролю та захисту). Запропоновано шляхи вдосконалення системи нормативно-правового регулювання діяльності інтернет-магазинів в Україні через доповнення до ЦК України, окремої глави *«Договір купівлі-продажу в мережі Інтернет»* та доповнення ГК України окремою главою *«Електронна комерційна діяльність»*. Підкреслено доцільність розпочати підготовку проекту закону України *«Про діяльність інтернет-магазинів»*.

Ключові слова: інтернет, інтернет-магазин, договір, правове регулювання, електронна комерція.

Kravchuk V.O. Public administration of e-commerce in Ukraine. Master Degree.

The Master Degree thesis is dedicated to issues on Internet-shops activities as subjects of commercial Internet-relationships in Ukraine. The definition of Electronic Commercial Activity is suggested. According this definition, Electronic Commercial Activity is activity of business entities, which are registered in accordance with the requirements of national legislation in the field of social production that is ordered to goods sale, doing of works or providing of services of a cost nature and price determination and aimed to receive a profit with the help of Internet. Ways of improvement of the system of normative and law regulation of Internet-shops activities in Ukraine are suggested. These ways are: to implement additions into the Civil Code of Ukraine, in particular, a separate chapter “The Contract of Sale on the Internet”, and to add a separate chapter “Electronic Commercial Activities” into Economic Code of Ukraine. On an expediency to start to working out of draft of law of Ukraine “On Internet-shops Activities” is stressed.

Keywords: Internet, Internet-shops, agreement (contract), law regulation, electronic commerce.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. НАУКОВІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	9
1.1. Поняття, сутність та зміст електронної комерції.....	9
1.2 Міжнародний досвід публічного управління у сфері діяльності суб'єктів ринку електронної комерції	17
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ	21
2.1. Нормативно-правова база публічного управління у сфері електронної комерції	21
2.2. Особливості регулювання діяльності суб'єктів електронної комерції в Україні	30
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ПУБЛІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	44
3.1 Напрями удосконалення інструментів публічного управління діяльності суб'єктів електронної комерції	44
3.2 Розвиток правових інструментів регулювання договірної діяльності в мережі Інтернет	53
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68

ВСТУП

Актуальність теми. Розповсюдження інтернет-торгівлі прямо пов'язане з черговим колом розвитку світової цивілізації. Інтернет-торгівля стає одним з економічних проявів світової глобалізації.

Швидкий розвиток електронної комерції в останні роки створює нові можливості для функціонування сучасної міжнародної торгової системи. Водночас суспільні відносини, що виникають у сфері електронної комерції із використанням глобальних інформаційних мереж, вимагають свого правового регулювання, мають на меті координацію поведінки суб'єктів таких відносин та здійснення на неї відповідного впливу.

Водночас, поява Інтернет-торгівлі і її стрімке поширення доводить достовірність класичної тези про те, що державно-правові інституції і правова система є похідними від економічного базису. Справа у тому, що правове регулювання інтернет відносин, серед яких чільне місце посідають господарські відносини у світовій мережі відстає від сучасних потреб їх регулювання. Також, особливістю є те, що правове регулювання сфери інтернету принаймні має два очевидних прояви: національний (ми часто можемо побачити у науковій та публіцистичній літературі термін «національний сегмент мережі Інтернет») та наднаціональний (міжнародний, регіональний).

Аналіз правового забезпечення функціонування інтернет-магазинів, як одних з найбільш активних суб'єктів комерційних інтернет-відносин в Україні, доводить недостатність чітких «правил гри» спрямованих на впорядкування таких важливим суспільних відносин. Має місце ситуація, що фактичний стан (потреба у правовому впливові) та реальний рівень нормативно-правового забезпечення діяльності інтернет-магазинів не співпадають.

Лише останнім часом зростає увага сучасних науковців до проблематики правового регулювання інтернет-відносин взагалі та електронної комерційної діяльності, зокрема.

До нині ми не маємо чіткої відповіді на питання до сфери предмету правового регулювання якої саме галузі права відноситься комерційна інтернет-діяльність.

Питання використання електронних технологій у сфері господарських та цивільних правовідносин перебувають у прямій залежності з узгодженням теоретичних підходів розуміння правочину у його класичному прояві.

Серед відомих науковців які приділяють увагу проблематиці правочинів, що здійснюються в електронній комерції та цій сфері в цілому, можна назвати: В.М. Горового, Ю. В. Янчук, О. І. Шалева, Т.В. Волинець, О.А. Баранова, В. В. Рєзнік, Г.О. Титова. Питання електронної комерції, електронних правочинів, інформаційних відносин та електронних розрахунків тощо розглядалися в різному контексті В. М. Желіховським, О. Кононенко, О. В. Кохановською, А. М. Новицьким, А. В. Чучковською та ін.

Водночас багаточисельні питання пов'язані з діяльністю інтернет-магазинів, порядку їх реєстрації, укладання правочинів та їх виконання залишаються досі без відповіді та відповідного нормативно-правового регулювання.

Мета і задачі дослідження. Метою магістерської дисертації є узагальнення теоретичних основ та розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення інструментів публічного управління у сфері електронної комерції в Україні. Для досягнення зазначеної мети автором були поставлені такі **завдання**:

- визначити поняття, сутність та зміст електронної комерції у господарській діяльності;
- проаналізувати зарубіжний досвід публічного регулювання діяльності суб'єктів ринку електронної комерції;
- проаналізувати вітчизняну нормативно-правову базу діяльності суб'єктів ринку електронної комерції;
- виявити основні проблемні моменти діяльності суб'єктів ринку електронної комерції у вітчизняному правовому полі;

- опрацювати сучасні підходи до удосконалення інструментів публічного регулювання договірної діяльності в мережі Інтернет;
- окреслити перспективи та напрями вдосконалення системи нормативно-правового регулювання діяльності суб'єктів ринку електронної комерції в Україні.

Об'єктом дослідження є суспільні відносини у сфері електронної комерції.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти публічного управління у сфері електронної комерції в Україні.

Методи дослідження. У процесі написання магістерської дисертації нами було використано такі загально-наукові та спеціальні методи наукових досліджень: порівняльно-правовий при аналізі зарубіжний досвід правового регулювання діяльності суб'єктів ринку електронної комерції; дедукції при визначенні проблемних моментів діяльності інтернет-магазинів у вітчизняному правовому полі; метод аналізу при визначенні поняття, сутність та зміст електронної комерції у господарській діяльності; метод тлумачення норм права при визначенні сучасних підходів до проблем нормативно-правового регулювання діяльності підприємств електронної торгівлі, вітчизняної нормативно-правової бази діяльності інтернет-магазинів та питанні присвяченому нормативно-правовому регулюванні договорів в мережі Інтернет.

Інформаційною базою практики стали нормативно-правові акти України з питань публічного управління у сфері електронної комерції в Україні, навчальна література з навчальних дисциплін з менеджменту, фінансового та господарського права.

Практичне значення роботи полягає в тому, що опрацьовані напрями удосконалення інструментів публічного управління у сфері електронної комерції в Україні спрямовані на регламентацію діяльності суб'єктів електронної комерції на прикладі Інтернет-магазинів, що сприятиме

забезпеченню прав споживачів їх послуг, детінізації діяльності та збільшенню податкових надходжень до державного чи місцевих бюджетів.

Структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, що містять 6 підрозділів, висновків, списку використаних джерел, який налічує 79 джерела. В роботі наявні 2 таблиць та 4 рисунків, основний текст роботи викладений на 65 сторінках.

РОЗДІЛ 1. НАУКОВІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

1.1. Поняття, сутність та зміст електронної комерції

Характерною рисою нашого часу є перехід людства від техногенної (індустріальної) цивілізації до цивілізації антропогенної (інформаційної). Стратегічною метою цього дуже складного процесу виступає прагнення більшості країн світу до розв'язання суперечностей і проблем індустріального суспільства. Тому усі широкомасштабні зміни, які на сьогоднішній день можна спостерігати у світовому співтоваристві, визначаються розбудовою інформаційного суспільства.

У сучасному світі, що глобалізується, безперечний пріоритет мають саме інформаційно-комунікаційні технології, які базуються на обміні знаннями та інформацією. Внаслідок підвищення соціальної ролі інформації та розвитку глобальних мереж виникають процеси трансформації багатьох сфер життєдіяльності людини, з'являються нові види суспільних відносин, що знаходять місце в інформаційній сфері [62, с. 151-155].

У цьому контексті, цікавою є точка зору вітчизняного науковця В.М. Горового який доходить висновку, що інформаційна база є однією з найважливіших ознак існування і розвитку всякої людської спільності як відносно самостійної, сталої складової в загальносуспільному процесі; вона містить обсяги інформації, необхідні для існування даної спільності, її самоідентифікації і розвитку в соціальному середовищі. При цьому, соціальна інформаційна база створюється разом із становленням даної людської спільності шляхом відбору необхідної інформації з більш загальних, включаючи загальносуспільну, інформаційних баз. У наш час найбільш загальні інформаційні бази пов'язані з ресурсами глобального інформаційного простору, інформаційними ресурсами Інтернету [7].

Розвиток цифрової економіки України полягає у створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства для їх ефективності, конкурентоздатності та національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення. Цифрова економіка базується на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях, стрімкий розвиток та поширення яких вже сьогодні впливають на традиційну (фізично-аналогову) економіку, трансформуючи її від такої, що споживає ресурси, до економіки, що створює ресурси. Саме дані є ключовим ресурсом цифрової економіки, вони генеруються та забезпечують електронно-комунікаційну взаємодію завдяки функціонуванню електронно-цифрових пристроїв, засобів та систем.

Глобальне інформаційне середовище Інтернету виявилось ідеальним інструментом ведення комерційної діяльності. Розвиток електронної торгівлі сприяв трансформації світової економічної системи, що супроводжується глобалізацією ринків збуту, усуненням торговельних бар'єрів, появою нових видів товарів та послуг, використанням нових видів розрахунків, зниженням трансакційних витрат, підвищенням ролі знань та інформації, людського капіталу та ін. Електронна торгівля кардинально змінює ділові процеси на підприємствах та формує нові бізнес-моделі, що сприяє підвищенню ефективності бізнесу. Зокрема, в електронне середовище проникають роздрібна й оптова торгівля, банківська діяльність, операції з акціями, закупівлі, он-лайнві аукціони [19]. Виникає нова якість суспільно-правових відносин – цифровізація.

Розвиток торгівлі в інформаційному суспільстві – це процес, який складається з наступних етапів: появи нових багатоканальних моделей обміну інформаційними ресурсами внаслідок інформаційно-комунікаційної революції; виникнення положень Інтернет-права та загальної системи технічної стандартизації, у тому числі формування єдиної мови глобальної

економіки, за допомогою стандартизації бухгалтерського обліку та аудиту; підвищення операційної ефективності завдяки використанню розгалуженої інфраструктури інформаційних технологій переходу до мережових бізнес-моделей [19].

Так, рис. 1.1 демонструє тенденцію зростання ринку електронної комерції за показником витрачених через засоби електронної комерції коштів на купівлю-продаж товарів.

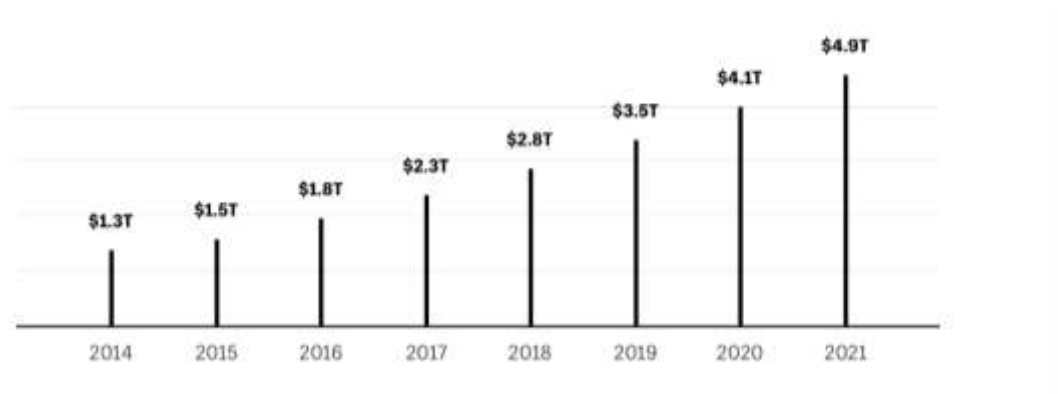


Рисунок 1.1 – Динаміка зростання ринку електронної комерції за показником купівлі-продаж у світі

Джерело: [76].

Термін «електронна комерція» був визначений американськими науковцями Калакотою та Уїнстоном у 1997 році (by Kalakota and Whinston) як такий, що має багато перспектив і охоплює комунікації, бізнес, послуги та он-лайн продажі [67, С.3]. Пізніше електронна комерція визначалася як будь-яка дія, що здійснюється бізнесом (підприємцем який має комерційну мету), що вимагає здійснення фінансової операції через таку мережу, як Інтернет.

При цьому Електронний обмін даними (ЕОД) (Electronic data interchange, EDI) - це форма електронної комерції, пов'язана з обміном діловою документацією, такою як рахунки та замовлення. У кінці 90-х років підприємства повільно приймають EDI через високі витрати, обмежений доступ споживачів до власних мереж та можливість автоматизувати лише частину транзакції [67, с.379]. Водночас, вже оді стало зрозумілим, що

електронна комерція дає можливість усунути проміжок часу між замовленням, виставленням рахунків та оплатою за допомогою всесвітньої мережі.

З того часу операції електронної комерції можна розділити на дві категорії - від бізнесу до бізнесу або від бізнесу для фізичних осіб, які можуть передбачати електронне постачання товарів та послуг [73].

Нажаль, одночасно поширюється шахрайство, фінансові правопорушення та різні форми ухилення від сплати податків. Вони є характерними і зустрічаються не лише в електронній комерції, але електронна комерція представляє нові способи вчинення старих злочинів.

Електронна комерція — комерційна взаємодія суб'єктів бізнесу з приводу купівлі-продажу товарів та послуг (матеріальних та інформаційних) з використанням інформаційних мереж (Internet, мережа стільникового зв'язку, внутрішні локальні мережі фірм) [59, с. 13].

А. Саммер, Дж. Дункан та В. Звасс вважають, що «електронна комерція» – це будь-яка форма бізнес-процесу, коли взаємодія між суб'єктами відбувається електронним шляхом з використанням Інтернет-технологій [72].

Д. Козьє, в свою чергу, відзначає, що «електронна комерція» включає в себе не лише купівлю-продаж товарів та послуг через Інтернет для безпосереднього отримання прибутку. У це поняття, на його думку, також входить підтримка отримання прибутку, створення попиту на товари та послуги, впровадження після продажного обслуговування клієнтів полегшення взаємодії між діловими партнерами [16].

Підвищення популярності поняття «електронна комерція» сталося внаслідок його постійного ототожнення з терміном «електронний бізнес». Проте з часом науковці почали відокремлювати електронну комерцію від електронного бізнесу [55, с.16]. Дослідивши визначення понять «електронний бізнес» і «електронна комерція», можемо стверджувати, що у науковців не має єдиного підходу як до трактування цих понять, так і до їх відношення одне до одного [14].

Крім того необхідно розуміти, що електронна комерція і електронна торгівля – ці поняття не є ідентичними. Електронна комерція є більш широкою сферою діяльності і включає в себе електронну торгівлю. З вищезазначеного, можна сказати, що електронна комерція, являється складовою частиною електронного бізнесу, найбільш розвиненою, втіленою у життя його сферою. А Інтернет-торгівля є напрямком електронної комерції, її розумінням у самому вузькому значенні, який створює принципово нові можливості та орієнтована на торгівлю з використанням інформаційних технологій та мережі Інтернет.

«Електронна комерція – це система взаємопов’язаних правовідносин у сфері вчинення правочинів шляхом обміну електронними документами, що здійснюється за допомогою використання мереж електрозв’язку, зокрема Інтернет». Виходячи з цього, А. В. Чучковська обґрунтовано доводить, що електронна комерція є комплексним, системним правовим поняттям, яке включає три групи правовідносин: правовідносини, пов’язані із вчиненням правочинів через мережі електрозв’язку у сфері господарювання; правовідносини, пов’язані із використанням електронних документів; правовідносини, пов’язані із використанням електронного підпису [58].

За даними Ecommerce Europe (асоціації, яка представляє більше ніж 25 тис. компаній, які займаються онлайн-продажем товарів та послуг споживачам у Європі), обсяг українського ринку інтернет-торгівлі у 2015 р. склав 1,058 млрд євро за середньозваженим річним курсом гривні до євро €1=UAH24.23, тобто 25,6 млрд грн. [24]. Європейський обіг в електронній торгівлі збільшився на 15% до 530 млрд євро в 2016 році, а Україна побачила зростання на 31%. [66].

Закономірним є питання, а яким чином постачальник дотримується законодавства всіх країн в яких проживають його клієнти? Це спричинило б неприйнятний тягар для продавця, змусивши його або знати про правову ситуацію в усьому світі, або ж обмежитися роботою з кількома країнами, де існують більш детальні правила інтернет-торгівлі визначені законом. Перше є

нездійсненим, а друге - небажаним, оскільки суперечить духу електронної комерції, який навпаки стимулює торгівлю у всьому світі [73].

Одним із рішень було б укласти міжнародні угоди, які б заявляли, що будь-який контракт, підписаний у кіберпросторі, підпадає під юрисдикцію території, на якій продавець проживає. Це, звичайно, породжує питання щодо того, що являє собою резиденцію місце укладення електронної угоди), але проблема ускладнюється, якщо бізнес здійснює свою діяльність в декількох країнах. Також є питання до розташування сервера. У цифровій глобальній економіці організації цілком реально можуть мати сервер в одній країні, все інше – в іншій. Отже, «віртуальна організація» знаходиться поза юрисдикцією будь-якої країни [73].

Таким чином, запропонуємо власне визначення електронної комерційної діяльності це діяльність суб'єктів господарювання, зареєстрованих відповідно до вимог національного законодавства (фізичних або юридичних осіб) у сфері суспільного виробництва, спрямована реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність, і здійснюється з метою одержання прибутку через Інтернет-мережу.

Активний процес поширення електронних розрахунків у сфері цивільно-правових та господарських відносин сприяє розвитку національної економіки та формуванню нової якості розрахункових зобов'язань. Криза викликана пандемією COVID-19 та карантинними заходами пов'язаними з поширенням захворювання лише підштовхнуло весь світ прискорити перехід до «цифровізації» розрахункових відносин. Бурхливе запровадження інноваційних рішень в сферу електронних платежів, а так само поява нових видів послуг і великої різноманітності електронних, в тому числі мобільних пристроїв та додатків, призначених для цього - все це прискорює процес електронних розрахунків.

При цьому, безпека і надійність платіжних сервісів є найважливішими умовами ефективного функціонування як самого ринку так і забезпечення протидії тероризму, торгівлею наркотичними речовинами та зброєю. Сучасні

користувачі платіжних послуг повинні бути належним чином захищені і від ризиків розголошення власних персональних даних та розкриття фінансової інформації.

Платіжні послуги є основою для сучасної економічної і соціальної діяльності. Грошові перекази - це на перший погляд, проста платіжна послуга, яка зазвичай полягає в тому, що платник передає готівку грошові кошти провайдеру платіжних послуг, який перераховує відповідну суму, наприклад, через мережу зв'язку, одержувачу або іншого постачальника платіжних послуг, що діє від імені одержувача. У багатьох державах-членах ЄС супермаркети, невеликі магазини і приватні продавці надають споживачам аналогічну послугу, яка дозволяє їм оплачувати наприклад, комунальні послуги та інші регулярні комунальні платежі. Такі послуги з оплати рахунків також повинні розглядатися в якості грошових переказів, якщо уповноважені органи не класифікують таку діяльність як «інші платіжні послуги». Суб'єкти, що мають право на обслуговування відповідних засобів електронних розрахунків, виступають центральним елементом структури правовідносин у сфері електронної комерції.

Національне законодавство, як це було наголошено вище не дає відповіді на ці питання, на відміну від європейської правозастосовної практики. Вже тривалий час питання електронних сервісів є предметом правового регулювання Директиви 2015/2366 / ЄС, (друга директива про надання платіжних послуг / друга директива про платіжні послуги, скорочено Директива PSD2), яка замінила першу директиву 2007/64 / ЄС, (вона ж директива про надання платіжних послуг / директива про платіжні послуги, скорочено Директива PSD1) від 25 листопада 2015 року [64].

Ще в травні 2010 року Єврокомісія опублікувала комюніке «Цифровий порядок денний для Європи» («A Digital Agenda for Europe», COM (2010) 245; - 19 травня 2010 року) [79].

Можна виділити такі стратегічні завдання документа Директива PSD2: продовження міжнародної інтеграції ринку платіжних послуг і його

максимально-ефективна оптимізація; безумовний акцент на заходи щодо захисту відповідних інфраструктур від кіберзлочинів будь-якого роду (важливим елементом цієї директиви є врегулювання попиту на загальний та безпечний зв'язок (CSC), який вимагає аби при автентифікації веб-сайтів та електронних підписів, що використовуються під час зв'язку між сторонами фінансових служб, використання кваліфікованих сертифікатів, визначених стандартом eIDAS, а сам стандарт реалізації цих вимог визначений у технічній специфікації ETSI TS 119 495).

В результаті поширення можливостей для споживачів здійснювати електронні розрахунки збільшилися пропорційно і ризики при оплаті товарів і послуг через Інтернет. Досить часто такі покупки носять інтернаціональний характер. Споживачі з однієї країни купують товари у інших, що демонструє рисунок 1.2., наведений у аналізі глобального стану розвитку електронної комерції (Global Ecommerce Statistics and Trends to Launch Your Business Beyond Borders) [76].



Рисунок 1.2 - Частка споживачів, які укладають угоди з постачальниками товарів через інтернет, за походженням з інших країн
Джерело: [76].

Електронна комерційна діяльність це діяльність суб'єктів господарювання, зареєстрованих відповідно до вимог національного законодавства (фізичних або юридичних осіб) у сфері суспільного виробництва, спрямована на реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність, і здійснюється з метою одержання прибутку через Інтернет-мережу.

1.2 Міжнародний досвід публічного управління у сфері діяльності суб'єктів ринку електронної комерції

Зарубіжний досвід правового регулювання діяльності суб'єктів ринку електронної комерції спирається на окремі міжнародно акти, які регулюють відносин, які виникають в сфері електронної комерції відносимо такі як: Типовий закон «Про електронну торгівлю» Комісії ООН з права міжнародної торгівлі від 30.01.1997 року, Окінавська хартія глобального інформаційного суспільства від 22 липня 2000 року та Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market («Directive on electronic commerce»).

Окінавська хартія глобального інформаційного суспільства, серед іншого містить таке завдання органам влади щодо позитивно-правового регулювання суспільних відносин з електронної комерції: «Приватний сектор грає життєво важливу роль у розробці інформаційно-комунікаційних мереж у інформаційному суспільстві. Однак завдання створення передбачуваної, транспарентно і недискримінаційної політики і нормативної бази, необхідної для інформаційного суспільства, лежить на урядах» [25]. Водночас, Типовий закон «Про електронну торгівлю» Комісії ООН з права міжнародної торгівлі від 30.01.1997 року встановлює у ст. 5 правило за яким «...Інформація не може бути позбавлена юридичної сили, дійсності чи позовної сили на тій підставі, що вона складається у формі повідомлення даних» [52] (на його виконання 31

липня 2000 року президент України Леонід Кучма підписав Указ «Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет і забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні») [40].

Проте, визначальним орієнтиром для правового регулювання у частині правового регулювання у ЄС, а відповідно і для України (в якості стратегічного орієнтиру) «електронної комерції» виступає стала Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market («Directive on electronic commerce»).

У Директиві було наголошено, що з метою безперешкодного розвитку електронної комерції правова система має бути чіткою та простою, передбачливою та узгодженою із нормами, що застосовуються на міжнародному рівні таким чином, щоб їх застосування не справляло негативного впливу на конкурентоспроможність європейської промисловості чи не перешкоджало інноваціям у цій сфері. Директива застосовується до інформаційних послуг, передбачає механізм подання позовів щодо винесення судової заборони, спрямований на захист колективних інтересів споживачів; цей механізм сприятиме вільному переміщенню інформаційних послуг шляхом забезпечення високого рівня захисту споживача.

При цьому, Держави Співтовариства гарантують забезпечення з боку постачальника послуг простого, прямого та стабільного доступу одержувачів послуг та компетентних органів принаймні до наступної інформації:

- a) ім'я постачальника послуг;
- b) географічна адреса заснованого постачальника послуг;
- c) детальна інформація про постачальника послуг, включаючи адресу його електронної пошти, що дозволяє швидко з ним зв'язуватись та безпосередньо й ефективно надсилати йому повідомлення;
- d) якщо постачальник послуг зареєстрований в торговельному чи подібному реєстрі, то інформацію про цей торговельний реєстр, в який він

занесений, та реєстраційний номер або еквівалентні засоби ідентифікації постачальника послуг в цьому реєстрі;

е) якщо діяльність підлягає ліцензуванню, - особливості відповідного контрольного органу.

Також із 16 вересня 2009 року в ЄС діє «Директива 2009/110/ЄС щодо започаткування та здійснення діяльності установами - емітентами електронних грошей та пруденційний нагляд за ними». Вказаний нормативно-правовий акт має величезне значення при дослідженні розрахунків в електронній комерції, оскільки оплата он-лайн під час вчинення правочинів в електронній комерції є невід'ємною частиною електронних угод.

Зокрема, це застосовується для уникнення проблем у деяких клієнтів, які через свою національну приналежність не можуть вказувати своє місце проживання або місце роботи при купівлі товарів та послуг від торговців, розташованих в іншій державі-члені [71]. Зазначені нормативні акти мають бути орієнтирами для національного рівня публічного регулювання.

Наголосимо, що у господарській іноземній практиці активно діють два різновиди інтернет-магазинів. Мова йде про «online store» та «Marketplaces». Інтернет-магазин online store - це, як правило, інтернет-магазин, де один роздрібний торговець пропонує свої товари та послуги клієнтам. Натомість, торгові площі Marketplaces - це ширші екосистеми, де клієнти можуть знайти цілий ряд різних або конкуруючих товарів від ряду сторонніх постачальників, що продаються за різними цінами, з різними термінами доставки, різними рейтингами споживачів тощо.

Торгові площі - це все, щоб надати клієнтам більший вибір. Сьогодні більш активними є Marketplaces. Так, більшості споживачів відома модель ринку від eBay та Amazon; це, в основному, рамки, в яких будь-яка компанія або приватна особа може демонструвати товари - наприклад, класифіковану рекламу в газеті - і платити комісію власнику сайту з кожного продажу. Це ефективний метод продажів для продавців, оскільки сайти мають величезний

охоплення, а також чудова бізнес-модель для творців ринку, оскільки вони фізично не беруть участь у більшості транзакцій.

Міжнародний досвід публічного управління у сфері діяльності суб'єктів ринку електронної комерції демонструє необхідність сконцентрувати увагу органів публічного управління на питаннях здійснення електронних розрахунків та створення умов для щоб застосування національних механізмів не справляло негативного впливу на конкурентоспроможність промисловості та не перешкоджало розповсюдженню інновацій у цій сфері.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

2.1. Нормативно-правова база публічного управління у сфері електронної комерції

На рівні спеціального законодавчого правового регулювання можна виділити групу нормативно-правових актів, які безпосередньо торкаються питань регулювання відносин діяльності інтернет-магазинів. До таких необхідно віднести Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України, Закон України «Про електронну комерцію», Закон України «Про електронні довірчі послуги», Закон України «Про телекомунікації», Закон України «Про захист персональних даних» [56, 33, 35, 48, 38].

Цивільний кодекс України у питаннях правового регулювання діяльності інтернет-магазинів обмежується лише нормами щодо інформації до змісту матеріальних благ, яка може бути відображена в електронному вигляді. У ст.200 та п.1 ст.205 ЦКУ є вказівка на те, що правочини можуть вчинятись в письмовій (електронній) формі. Потрібно згадати також про норму закріплену у п.1 ст.187 ЦК України, яка вказує що розрахунки можуть провадитися за допомогою розрахункових документів у електронному або паперовому вигляді [56].

Необхідно згадати про Закон України «Про електронну комерцію» від 3 вересня 2015 р. правові норми якого регулюють відносини, що виникають при дистанційному укладенні та виконанні правочинів із купівлі-продажу товарів або постачання товарів, виконання робіт і надання послуг, а також пов'язані з ними юридичні дії із застосуванням електронних інформаційно-комунікаційних засобів і технологій, що утворюють сферу електронної комерції [35].

В Законі України «Про телекомунікації» від 11 листопада 2003 р. містяться визначення «адреса мережі Інтернет», «бездротовий доступ до

телекомунікаційної мережі (бездротовий доступ)», «домен», «Інтернет», «провайдер телекомунікацій», «телекомунікації (електрозв'язок)» тощо. У ст. ст. 32 та 33 Закону передбачено права та обов'язки споживача телекомунікаційних послуг. Згаданий Закон надає операторам і провайдерам телекомунікацій право на «відключення на підставі рішення суду кінцевого обладнання, якщо воно використовується абонентом для вчинення протиправних дій або дій, що загрожують інтересам державної безпеки». Також закон встановлює обов'язок для провайдерів на підставі рішення суду обмежувати доступ своїх абонентів до ресурсів, через які здійснюється розповсюдження дитячої порнографії. Інших підстав для обмеження доступу до ресурсів в мережі Інтернет закон не містить [38]. Зазначений закон запрацював у 2004 році й не містить небезпечних норм щодо інтернет-врядування з точки зору міжнародних стандартів.

Також наголосимо, що положення Закону України «Про електронні довірчі послуги» від 05.10.2017 р. інтегрує всі попередні здобутки щодо застосування електронно-цифрового підпису. Варто підкреслити, що перехідними і прикінцевими положеннями цього Закону передбачено втрату чинності ЗУ «Про електронний цифровий підпис». Метою відповідного Закону є реформування законодавства у сфері електронного цифрового підпису з урахуванням досвіду ЄС, розбудови єдиного простору довіри на основі системи електронних довірчих послуг, визнання в Україні електронних довірчих послуг, які надаються іноземними постачальниками електронних довірчих послуг, що забезпечать активний розвиток транскордонного співробітництва та інтеграцію України у світовий електронний інформаційний простір [33].

Загальні правові норми, що стосуються регулювання Інтернету, можна знайти і у інших законах. Наприклад, Закон України «Про доступ до публічної інформації» описує засади опублікування і поширення певних категорій інформації в мережі Інтернет розпорядниками інформації, права на активний і пасивний доступ користувачів до інформації тощо. Згідно зі ст. 5 Закону,

доступ до інформації забезпечується шляхом систематичного та оперативного оприлюднення інформації на офіційних веб-сайтах в мережі Інтернет, на єдиному державному веб-порталі відкритих даних [31].

На жаль, у таких загальних актах як Закон України «Про інформацію» від 13 січня 2011 р. не згадуються особливості регулювання мережі Інтернет та відсутнє правове регулювання статусу інтернет-користувача, адже відповідний закон встановлює тільки загальні правила і гарантії у сфері інформаційних правовідносин. Однак, оскільки Інтернет є універсальним комунікаційним засобом та способом передачі, оприлюднення і поширення інформації, більшість норм закону регулюють питання «цифрових прав». Визначення «засобу масової інформації» в поточній редакції Закону дає можливість відносити до ЗМІ веб-сайти або навіть сторінки в соцмережах та блоги згідно ч.2 ст.22 Закону [41].

5 жовтня 2017 р. було прийнято Закон України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України», який спрямований на визначення правових та організаційних основ забезпечення захисту інтересів людини і громадянина, суспільства та держави, національних інтересів України у кіберпросторі, основних цілей, напрямів та принципів державної політики у сфері кібербезпеки України, повноважень і обов'язків державних органів, підприємств, установ, організацій, осіб та громадян у цій сфері, основні засади координації їх діяльності із забезпечення кібербезпеки України, а також дефініції базових термінів у сфері кібербезпеки [42].

Якщо проаналізувати положення Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг», наголосимо, що ст. 5 визначає поняття «*електронного документу*», а ст. 6 - поняття «*електронного підпису*». Зокрема, в Законі вказується, що електронний документ – це документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних. У ст. 6 зазначається, що для ідентифікації автора електронного документа може використовуватися електронний підпис [34].

Необхідно згадати також про проект Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обробки інформації в системах хмарних обчислень» від 24 березня 2016 р., який спрямований на створення умов для більш ефективного використання державних ресурсів шляхом впровадження новітніх технологій. Законопроект також покликаний сприяти ефективнішій взаємодії держави та суспільства та створить додаткові передумови для подальшого розвитку платформ інформаційно-комунікаційних технологій у різних сферах суспільного життя, насамперед у сферах державного управління, освіти та науки [29].

Останні з названих нами нормативно-правових актів хоча й не містять безпосередньо норм пов'язаних з правовим регулюванням відносин, учасниками яких є інтернет-користувачі, але містять норми, які формують сферу субсидіарних правовідносин пов'язаних з інтернет-користувачами.

Підзаконний рівень нормативно-правового регулювання правовідносин за участю інтернет-користувачів сьогодні представлений наступними актами Президента України та уряду: Указ Президента України №96/2016 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 27 січня 2016 року «Про Стратегію кібербезпеки України», Указ Президента України №47/2017 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України», Указ Президента України «Про рішення РНБО від 28 квітня 2017 р. «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)», Розпорядження КМУ «Про адміністрування домену ".UA"» від 22 липня 2003 р. №447-року, Постанова КМУ «Деякі питання використання доменних імен державними органами в українському сегменті Інтернету» від 21 жовтня 2015 року № 851, Принципи делегування та адміністрування доменів верхнього рівня кодів країн від 23 лютого 2000 року розроблений Урядовим консультативним комітетом [44, 45, 46, 28, 11, 27].

В таких документах як Указ Президента України №96/2016 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 27 січня 2016 р.

«Про Стратегію кібербезпеки України» та Указ Президента України №47/2017 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 р. «Про Доктрину інформаційної безпеки України», детально обґрунтовано нагальну потребу в розробці якісного законодавства щодо кібербезпеки та інформаційної безпеки України з огляду й на агресію Росії проти України, що відбувається також і у віртуальному просторі. Зазначені Укази встановлюють обов'язки для Кабінету Міністрів України і профільних правоохоронних органів, наукових інститутів розробляти необхідне законодавство [44, 46].

Необхідно зазначити, що Указ Президента України «Про рішення РНБО від 28 квітня 2017 р. «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)» призвів до обмеження доступу до низки російських соціальних мереж та сайтів (таких як VK.com, Yandex, Mail.ru. OK.ru) з боку мобільних операторів та Інтернет-провайдерів.

У Розпорядженні КМУ «Про адміністрування домену ".UA"» від 22 липня 2003 р. №447-р передбачено практичні кроки в частині утворення заінтересованого органу виконавчої влади який визначатиме порядок розподілу адресного простору, порядок і правила реєстрації та використання імен-доменів в українському сегменті мережі Інтернет з урахуванням суспільних інтересів [28].

У кінцевому рахунку це призвело до створення об'єднання підприємств «Український мереживий інформаційний центр». У подальшому питанням використання доменних імен державними органами (установами) було присвячено Постанову КМУ «Деякі питання використання доменних імен державними органами в українському сегменті Інтернету» від 21 жовтня 2015 р. № 851.

Таким чином, аналіз правового регулювання сфери електронної торгівлі в Україні демонструє, що провідне значення у системі нормативно-правових актів у сфері суспільно-правових відносин, що складаються у процесі здійснення електронної торгівлі відіграють положення Законів України «Про

електронну комерцію», «Про електронні довірчі послуги», «Про телекомунікації». Зазначеними нормативно-правовими актами напрацьовано окремий понятійно-категорійний матеріал у сфері електронної торгівлі, частково врегульовано питання порядку укладання електронного правочину, порядок здійснення ідентифікації суб'єктів електронної торгівлі.

У 2007 році парламентом прийнято Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» від 09.01.2007 р. № 537-V з метою реалізації завдань щодо розвитку інформаційного суспільства в Україні [43]. Даний документ є концептуальною основою для розробки завдань щодо розвитку інформаційного суспільства в Україні. Він, зокрема, декларує державну підтримку нових «електронних» форм суспільних відносин (торгівлі, надання фінансових і банківських послуг), вдосконалення законодавства з регулювання інформаційних відносин.

У цьому ж році вийшов наказ Міністерства економіки України «Про затвердження Правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями» від 19.04.2007 р. № 103, що регулює електронну торгівлю. У документі визначається поняття «дистанційна торгівля» як «форма продажу товарів поза торговельними або офісними приміщеннями, за якої вибір товару та його замовлення не збігаються у часі з безпосереднім передаванням вибраного товару споживачем» [36].

Формування нормативно-правової бази регулювання відносини, які виникають в сфері електронної комерції триває і сьогодні.

Центральне положення відведено положенням згаданого нами Закону України «Про електронну комерцію» від 03.09. 2015 року № 675-VIII [35]. Саме цей закон дає правове визначення поняття «електронна комерція» (до нього визначення в українському правовому полі не існувало) – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних

систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру.

Наступний кроком, свого часу, стало затвердження Розпорядженням Кабінету Міністрів України 23 серпня 2016 р. «Плану заходів щодо дерегуляції господарської діяльності» № 615-р, де визначається важливість застосування новітніх інструментів та належне функціонування ринку електронної комерції. Цей документ, передбачав в найближчий час прийняття актів, спрямованих на регулювання електронних правочинів, операцій з електронними грошима та електронного документообігу та інших нормативних документів у даній сфері. Також, Указом Президента України №47 від 25 лютого 2017 року було введено у дію рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України». У цій Доктрині вперше на концептуальному рівні відображено принципи державної політики у сфері інформаційної безпеки [30].

Як справедливо наголошує А.С. Крутова: «Наявність прогалин в правовому регулюванні та неефективність існуючих норм при їх застосуванні до електронної економічної діяльності дозволяють стверджувати, що пріоритетним напрямком діяльності законотворчих органів України має стати розробка закону, який регулюватиме правові умови для електронної торгівлі: права та обов'язки осіб на захист інформації; правила здійснення операцій з використанням електронних документів, підтверджених аналогами власноручного підпису; правила визнання електронних документів як судових доказів; правила захисту споживачів; принципи відповідальності осіб, які надають послуги електронним шляхом. Обґрунтовано доцільність для регулювання відносин в сфері електронної торгівлі законодавчого закріплення терміна «нематеріальні товари», що сприятиме запобіганню податкової дискримінації угод з товарами залежно від форми, в якій здійснюються їх реалізація» [19].

Останніми кроками у напрямку нормативного регулювання відносин у сфері електронної комерції стали положення Закону України «Про електронні

довірчі послуги» від 5 жовтня 2017 року [32]. Цей нормативний акт визначає правові та організаційні засади надання електронних довірчих послуг, у тому числі транскордонних, права та обов'язки суб'єктів правових відносин у сфері електронних довірчих послуг, порядок здійснення державного нагляду (контролю) за дотриманням вимог законодавства у сфері електронних довірчих послуг, а також правові та організаційні засади здійснення електронної ідентифікації. При цьому у ньому окремо наголошено, що відносини, пов'язані з наданням електронних довірчих послуг та електронною ідентифікацією, цим Законом, а також іншими нормативно-правовими актами. Закон України «Про електронні довірчі послуги» містить наступне визначення категорії електронна довірна послуга - послуга, яка надається для забезпечення електронної взаємодії двох або більше суб'єктів, які довіряють надавачу електронних довірчих послуг щодо надання такої послуги; До складу електронних довірчих послуг входять: створення, перевірка та підтвердження удосконаленого електронного підпису чи печатки; формування, перевірка та підтвердження чинності сертифіката електронного підпису чи печатки; формування, перевірка та підтвердження чинності сертифіката автентифікації веб-сайту; формування, перевірка та підтвердження електронної позначки часу; реєстрована електронна доставка; зберігання удосконалених електронних підписів, печаток, електронних позначок часу та сертифікатів, пов'язаних з цими послугами.

На нормативно-концептуальному рівні окремі питання дотичні сфері електронної комерції знаходять своє відображення у «Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації» [47]. Ця концепція передбачає здійснення заходів щодо впровадження відповідних стимулів для цифровізації економіки, суспільної та соціальної сфер, усвідомлення наявних викликів та інструментів розвитку цифрових інфраструктур, набуття громадянами цифрових компетенцій, а також визначає критичні сфери та проекти цифровізації, стимулювання внутрішнього ринку виробництва, використання

та споживання цифрових технологій. Безпосередньо питанням електронної комерції присвячено положення розділу «Безготівкові розрахунки», у якому зазначено, що безготівкова економіка прискорює комерційну взаємодію суб'єктів економічної діяльності, є надзвичайно сильним інструментом боротьби з «тіньовим» обігом коштів та оздоровлення економіки.

Швидкість, якість, захищеність систем і технологій безготівкових розрахунків визначають загальний рівень розвитку фінансового сектору та ступінь його інтегрованості і конкурентоспроможності на глобальних ринках. Розвиток і поширення безготівкових розрахунків автоматично зменшує готівкове навантаження на фінансову систему країни, що гарантує зростання ліквідності і підвищення капіталізації банківського сектору та фінансової системи в цілому. Зростання популярності і різноманіття технологій безготівкових розрахунків у світі створюють сприятливі умови для їх поширення в Україні, де вже існує позитивна динаміка користування ними. Розвиток електронної комерції та онлайн-технологій призводить до появи нових видів фінансових послуг і сервісів, що пропонуються банківськими та небанківськими платіжними системами.

Лібералізація законодавчої, нормативної, регуляторної політики держави у сфері використання безготівкових розрахунків, а також лібералізація валютного регулювання з метою максимального усунення нормативних бар'єрів у сфері використання міжнародних систем і технологій безготівкових розрахунків дасть потужний поштовх для розвитку цифрової економіки. Чітке законодавче врегулювання порядку діяльності фінансових установ у цій сфері створить умови для поширення в Україні вітчизняних і міжнародних платіжних систем та безготівкових розрахунків, вплине на появу нових фінансових і платіжних послуг.

Фактично ці положення в безальтернативній формі визначають обов'язковість законодавче врегулювання використання такого важливого інструменту електронної комерції як криптовалюти. Мова йде про

необхідність визначення поняття «кріптовалюта» (як товару або як фінансового активу), визначення майнингу, поняття кріптовіржі та інше.

Таким чином, не зважаючи на ряд прийнятих нормативно-правових актів та внесених поправок у вже діючі документи, багато питань у даній сфері залишається неврегульованими, що нерідко призводить до порушення прав та інтересів фізичних та юридичних осіб, крім того, такі сфери як електронні платіжні системи, митне оформлення та оподаткування, конфіденційність, безпека, захист інтелектуальної власності потребують удосконалення правового регулювання.

Отже, правове регулювання питань електронної комерції на даний час залишається актуальним, особливо у частині укладання та виконання правочинів через мережу Інтернет, визначення юридичної сили електронних договорів, порядок здійснення, оплати правочинів в електронній комерції в Україні, правової природи розрахунків за допомогою кріпто валюти, електронних грошей та фінансових активів.

2.2. Особливості регулювання діяльності суб'єктів електронної комерції в Україні

Особливо гостро питання реалізації можливостей електронної комерції втілюється у діяльності інтернет магазинів. За загальним правилом до останнього часу визначенням під інтернет-магазином прийнято було розуміти сайт, що торгує товарами чи послугами в Інтернеті.

Інтернет-магазин є засобом здійснення е-комерції. Internet-магазин (електронний, віртуальний, e-shop) являє собою спеціалізований Web-сайт, який належить фірмі-товаровиробнику, торговій фірмі тощо та призначений для просування споживчих товарів на ринку, збільшення обсягів продажу, залучення нових покупців.

Інше визначення Internet-магазину характеризує його як реалізоване в мережі Internet представництво шляхом створення Web-сервера для продажу

товарів та пов'язаних з ними послуг користувачам Internet. Кількість представлених на сервері видів товарів може коливатися від кількох одиниць до кількох тисяч. Для прикладу наведемо дані про десять найбільших інтернет магазинів світу (рис.2.1).



Рисунок 2.1. Десять найбільших інтернет магазинів світу

Джерело: [76].

Характерними рисами Internet-магазинів є те, що вони можуть пропонувати значно більшу кількість товарів та послуг, ніж реальні магазини і забезпечувати споживачів значно більшим обсягом інформації, необхідної для прийняття рішення про покупку. Також завдяки використанню Internet-технологій є можливою персоналізація підходу до споживачів з врахуванням попередніх відвідувань магазину та зроблених в ньому покупок та використання Internet-магазину як ефективного способу маркетингових досліджень (анкетування, конференції покупців і т.п.).

В цілому товарообіг на ринку e-commerce в Україні сьогодні становить приблизно 65 млрд грн. Витрати учасників цього ринку на рекламу - 9,5 млрд

грн. Ще 2,6 млрд заробили поштові оператори на доставці товарів, куплених в інтернет-магазинах, а 0,8 млрд грн склав дохід посередників на онлайн-оплатах. Сьогодні 40% українських користувачів Мережі хоча б раз здійснювали покупку в інтернет-магазині.

Приблизно 45% всіх українських онлайн-покупців хоча б раз здійснювали покупку через соціальні мережі. Лідирує при цьому Facebook. Зазначене дозволяє нам виділити підвид інтернет-магазинів. Мова йде про інтернет-магазини в соціальних мережах. Вони, серед іншого підпадають під вимоги політики діяльності таких соціальних мереж.

За даними Comfy.ua, вісім з десяти чоловік, які купують товар в магазині, перед цим шукають інформацію по ньому через пошук Google, читаючи огляди, відгуки, характеристики та порівнюючи ціни. Згідно зі статистикою Google для 85% користувачів цілком природно використовувати кілька пристроїв для здійснення однієї покупки. Тобто купівля-продаж в інтернет-магазинах стає мультиканального.

В середньому по ринку покупки з мобільних пристроїв - це вже близько 35% всіх продажів, і даний показник продовжує зростати. У трійку найпопулярніших серед українців зарубіжних інтернет-магазинів входять Amazon, AliExpress і eBay. За минулий рік «Нова пошта» доставила своїм клієнтам близько 36 млн посилок з інтернет-магазинів.

За даними дослідницької компанії GfK Ukraine («дочки» німецької компанії ринкових досліджень GfK Group), в Україні вже понад 20 млн постійних інтернет-користувачів, з яких 36% регулярно купують товари через інтернет.

Як показало дослідження GfK, найактивніші онлайн-покупці - жителі Києва та області. При цьому чоловіки і жінки купують онлайн практично порівну: 48 і 52% відповідно. Найчастіше купують в Мережі люди з повною вищою освітою у віці 26-35 років. Пара дивовижних моментів, що викликають справедливі сумніви: середній дохід одного онлайн-покупця становить близько 5500 грн, при цьому чверть з них вказала, що не працює.

51% українських покупців вважають за краще робити покупки через додатки, спеціально встановлені на мобільних пристроях. Лідери в цьому сегменті в Україні - торгові майданчики OLX і Aliexpress.

Окремим питанням у діяльності інтернет-магазинів є доцільність створення реєстру інтернет-магазинів. В такій базі потенційний продавець міг ознайомитися з характеристикою внесеного до реєстру суб'єкта господарської діяльності. Зареєстрований інтернет-магазин отримав би в базі ідентифікатор, який буде використовуватися на маркетплейсах або прайс-агрегаторах.

Якщо законодавчо встановити відповідальність маркетплейсов і прайс-агрегаторів за ненадання інформації в тому обсязі, який потрібно Законом «Про електронну комерцію», то прайс-агрегатори будуть вимагати від інтернет-магазинів надавати цей ідентифікатор, що засвідчить отримання «легального» статусу такого зареєстрованого суб'єкта електронної комерційної діяльності.

Нажаль точної кількості інтернет магазинів які діють на території України встановити не можливо. Досить часто через інтернет-магазини здійснюють свою комерційну діяльність орієнтовану на споживачів в Україні підприємці які не є громадянами України, а сайти таких магазинів зареєстровані за межами території нашої держави.

Здійснивши аналіз положення інтернет-магазинів на ринку товарів та послуг та визначивши їх місце серед інших суб'єктів електронної комерційної діяльності ми отримуємо можливість перейти до аналізу особливостей їх нормативно-правового регулювання.

Аналізуючи питання джерел публічного регулювання відносин, учасниками яких виступають користувачі інтернет-магазинів, необхідно наголосити на неможливості застосування традиційної схеми їх будови. Це пояснюється іноваційністю та актуальністю зазначених суспільних відносин. Наголосимо, що питання дослідження інтернет-відносин є відносно новим явищем у світовій юридичній науці. Підкреслимо, що на сьогодні ще неформоване стале розуміння місця інтернет-відносин у системі правового

регулювання як на національному, так і на міжнародному (наднаціональному) рівнях.

Аналіз правових актів національного законодавства дозволяє нам виділити наступні сфери публічно-правового регулювання статусу суб'єктів інтернет-торгівлі. Водночас, актуальним є питання правового регулювання діяльності інтернет-магазинів, що може бути реалізовано двома шляхами: закріплення доповнень які торкаються діяльності інтернет-магазинів у змісті Господарського та Цивільного кодексу України або прийняття окремого нормативно-правового акту.

Відштовхуючись від зазначених теоретичних положень ми можемо запропонувати власне розуміння правового регулювання суспільних відносин у сфері інтернет-торгівля як здійснене на рівні законодавчих актів вищої юридичної сили унормування діяльності інтернет-магазинів з метою недопущення порушення вимог господарського, цивільного законодавства та законодавства про захист прав споживачів.

Під механізмом правового регулювання розуміють сукупність правових засобів, що призначені для упорядкування та узгодження суспільних відносин. Основними елементами є норми права, правові відносини та акти реалізації права, кожний з яких виконує свою функціональну роль у механізмі регулювання завдяки взаємодії з іншими елементами. Поряд з основними елементами до механізму правового регулювання включають акти тлумачення, правову культуру, правотворчість, законність, юридичні факти, акти застосування норм права, які виконують роль допоміжних засобів у регулятивному процесі. До засобів цього рівня відносять і юридичну відповідальність, яка також сприяє регулятивному процесу, підвищує ефективність дії права [50].

Основними *проблемами* які відзначають діяльність правового регулювання інтернет-торгівлі є її винятково фідуціарний (довірчий) характер, коли взаємовідносини між покупцями та продавцями (інтернет-магазином) будуються на довірі один до одного, багаторічному спілкуванні,

обґрунтованих відгуках інших користувачів на які може орієнтуватися потенційний покупець товарів у інтернет-магазині.

До найбільш поширених проблем ми можемо віднести наступні:

- активне приховування власників (бенефіціарів) майна яке реалізується через певний інтернет-магазин;
- уникнення податкових зобов'язань;
- уникнення виконання обов'язків перед покупцями (щодо товару в цілому, його якості, асортименту, кількості та інш).
- активне розповсюдження через мережу інтернет-магазинів контрабандного та контрафактного товару (порушення прав інтелектуальної власності).

Щодо останнього можна навести приклад майбутнього блокування так званих «розумних телевізорів» вироблених компанією LG. У жовтні стало відомо, що власники "розумних телевізорів" LG в Україні після оновлення прошивки, яке вийде 16 листопада, можуть зіткнутися з обмеженням або повним блокуванням функціональності Smart TV. Проблема зачіпає тільки моделі, вироблені LG для продажу в інших країнах, а не в Україні. Тобто, мова йде про так звані "сірі" телевізори, ввезені в Україну неофіційно.

В офіційному коментарі компанія закликала купувати техніку в офіційних магазинах-партнерах, а також пообіцяла "прості шляхи вирішення проблеми".

Техніка LG, яка надходить на територію України, обкладається митними платежами та проходить обов'язкову сертифікацію, щоб відповідати вимогам технічних регламентів. Це є гарантією її адаптації та готовності до роботи в Україні, а також підтверджує наявність гарантії від заводу-виробника і обслуговування офіційними сервісними центрами. На жаль, іноді телевізори та інша техніка надходить на територію країни в обхід цих правил. Неофіційна продукція не має спеціального маркування і сертифікатів. Це означає, що якість її роботи в умовах певних комунікацій не перевірена, ... а набір

програмного забезпечення може бути неповним або локалізованим для іншої країни [5].

Найбільш яскраво можна продемонструвати існуючі проблеми у діяльності інтернет-магазинів на прикладі ТОВ «Мейкап» (makeup.ua).

Серед найбільш складних є питання здійснення оплати отриманих товарів, що впливає на права споживачів.

Такими способами оплати є:

Варіант 1. Товар придбаний у інтернет-магазині оплачується готівкою через доставку кур'єром:

Варіант 2. Товар придбаний у інтернет-магазині оплачується карткою споживача з наступною доставкою кур'єром;

Варіант 3. Товар придбаний у інтернет-магазині оплачується через поштового оператора (найчастіше це «Форпост-фінанс» у мережі «Нова пошта»);

Варіант 4. Товар придбаний у інтернет-магазині оплачується безготівковим способом через рахунок у банку.

Відповідними проблемами, які виникають у цих ситуаціях є наступні.

Так, у випадку придбання товару у інтернет-магазині через внесення оплати готівкою через доставку кур'єром має місце отримання споживачем «товарного чеку» на ім'я певної фізичної особи підприємця (дані щодо якого не фігурують на сайті інтернет-магазину). Для ТОВ «Мейкап» є характерним вказівка, що така фізична особа-підприємець виступає не як продавець товару, а як «постачальник товару», який діє «за дорученням» передачі отриманих коштів третій особі (яка також не визначена). Таким чином, маємо результат, що ТОВ «Мейкап» жодного відношення до самого договору купівлі-продажу не має.

Подібна ж ситуація має місце і у другому з окреслених варіантів. Щодо третього, коли товар придбаний у інтернет-магазині оплачується через поштового оператора то у квитанції для покупців було зазначено отримувача

«отримання коштів за дорученням ТОВ «Вейкап Трейдинг», яке також не фігурує на сайті інтернет-магазину.

При безготівковому розрахунку через банківські установи постачальником також зазначають ФОП (платник єдиного податку 3 групи), що судячи з усього також спрямовано на фактичне ухилення від сплати податків.

Найбільш головним наслідком вище зазначених варіантів купівлі-продажу є те, що будь-які претензії не можливо пред'явити і до виробника продукції, через неможливість довести автентичність придбаної продукції [10, 57].

Таким чином йдеться про формування таких правових засад регулювання суспільних відносин у сфері інтернет-торгівлі при яких буде забезпечено запобігання шахрайства в інтернет середовищі, порушення прав інтелектуальної власності, порушення прав на особисту безпеку споживачів.

Щодо питання забезпечення прав інтелектуальної власності то судова практика України вже оперує багаточисельними прикладами порушень які мали місце та застосовуваними способами правового захисту. Так, згідно із ч. 11 ст. 52-1 Закону України *“Про авторське право і суміжні права”* власники веб-сайтів зобов'язані розміщувати на власних веб-сайтах та/або в службі WHOIS (“хто є хто”) достовірну інформацію про себе (що мають статус суб'єкта господарювання) або контактну інформацію, у т.ч. адресу електронної пошти, номер телефону, за якими з ними можливо оперативно зв'язатися (що мають статус фізичної особи, яка не є суб'єктом господарювання).

Проте, на “прозорих веб-сайтах”, як правило, розміщують повну інформацію про їх власників, а веб-сайти, на яких розміщується “спірна інформація”, як правило, взагалі не містять цієї інформації. Крім того, з метою ускладнення процедури встановлення особи порушника, для останніх реєстрація доменних імен та замовлення послуг хостингу здійснюється, як правило, за кордоном [15].

Прикладом встановлення в досудовому порядку власника веб-сайту, пред'явлення йому позову та доведення факту розміщення спірної інформації в мережі Інтернет, є рішення Брусилівського районного суду Житомирської області від 13 лютого 2019 року по справі № 275/944/18 (<http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/80251940>), яким визнано недостовірною та такою, що принижує честь, гідність та ділову репутацію інформацію, поширену в мережі Інтернет на веб-сайті “Новости без границ” <http://kordon.org.ua/> та зобов'язано спростувати недостовірну інформацію у спосіб, ідентичний способу її поширення, шляхом опублікування в мережі Інтернет на сайті <http://kordon.org.ua/> під заголовком “Спростування” тим же шрифтом на тому ж місці шпальти, де міститься стаття, вступну та резолютивну частину даного судового рішення. Судом було встановлено, що власником веб-сайту є реєстрант доменного імені kordon.org.ua. Також, суд переконався в наявності такого веб-сайту та зазначеної статті відносно позивача, переглянувши цей доказ у відповідності до вимог ст. 100 ЦПК України [15].

Мають місце ситуації коли “розкручений веб-сайт” перестає адресуватись відповідним доменним іменем, і починає працювати веб-сайт з іншим доменним іменем та налаштованим редиректом (автоматичною переадресацією (переходом) зі “старого” веб-сайту на “новий”), але з тим самим контентом (наповненням). Якщо “спірна інформація” попередньо була розміщена на ресурсі, з якого в подальшому було налаштовано редирект, важливо встановити власників обох веб-сайтів – з якого налаштовано редирект та на який здійснюється перехід (переадресація).

Прикладом встановлення в судовому порядку власника веб-сайту з налаштованим редиректом є ухвала Октябрського районного суду м. Полтави від 11 березня 2019 року про справі № 554/7724/18 (<http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/80451483>), якою було задоволено клопотання представника позивача про витребування даних про реєстранта доменного імені poltava.pl.ua у реєстратора цього доменного імені.

Представник позивача зазначала, що згідно із довідкою Центру Компетенції УЦПНА власником веб-сайту <https://poltava.to/>, що адресується доменним іменем poltava.to, може вважатися реєстрант доменного імені poltava.pl.ua, оскільки тільки з його відома могло бути здійснене налаштування редиректу з доменного імені poltava.pl.ua на poltava.to. Проте, відомості про реєстранта доменного імені poltava.pl.ua перебувають у скритому режимі, у зв'язку з чим, можуть бути витребувані у реєстратора цього доменного імені відповідно до законодавства. На її адвокатський запит надійшла відповідь, що товариство не має законних підстав для розкриття персональних даних, тому просила суд їх витребувати [15]/

Щодо права на безпечність, то особливо важливим є забезпечення права на особисту безпеку споживачів, які здійснюють купівлю різноманітних товарів, у тому числі продуктів харчування, біологічних добавок, вітамінів у інтернет-мережі.

«Піонером» серед продовольчих інтернет-магазинів ще у 2003 р. була мережа супермаркетів «Фуршет», яка фактично пропонувала сервіс доставки продуктів. Починаючи з 2014 р. інтернет-магазин (<https://efurshet.com>) був виділений як окремий бізнес-напрямок, де, крім кінцевих споживачів (B2C), важливою цільовою аудиторією став сектор B2B. Останній охоплює як комерційні структури, ресторани, офіси тощо, так і державні структури – загалом майже 1500 унікальних корпоративних клієнтів. Для підвищення показників залучення клієнтів сектору B2B працює спеціальна програма, котру може протестувати будь-яка бізнес-структура, середньомісячний обсяг закупівель якої перевищує 20 тис. грн. [23].

Основними категоріями товарів у Efurshet є фрукти й овочі; молокопродукти та яйця; заморожені продукти; готові страви власного виробництва (другі страви, салати, закуски, піца та гамбургери, суши, випічка і десерти), власне випічка (хліб, булочки, лаваші, мафіни, торти, тістечка, пироги); консерви та приправи; бакалійні товари; напої.

Водночас, автори наукового дослідження звернули увагу на такі проблемні моменти здійснення інтернет-торгівлі продуктами харчування. Неготовність українців придбавати продукти харчування в мережі пов'язана з різними чинниками. Насамперед потенційні покупці часто невпевнені в якості «віртуальних» товарів. Ще одним чинником є неможливість самостійно вибрати продукти. Також немає переконливих гарантій щодо умов і термінів зберігання товарів перед і під час доставки. Тому для продуктового ритейлу вкрай важливо залишити позитивне враження від першої покупки і заохотити інтернет-користувача стати постійним клієнтом [60, 396].

Цивільне законодавство України визначає, що серед нематеріальних благ – об'єктів цивільних прав – найвищою соціальною цінністю поряд з життям і здоров'ям людини, її честю і гідністю, є недоторканність та безпека (ч.2 ст.201 ЦК України) [56]. Конституція України містить положення: “Кожен має право на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди. Кожному гарантується право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення. Така інформація ніким не може бути засекречена” (ст.50). У ст. 282 ЦК України зазначено, що фізична особа має право вимагати усунення небезпеки, створеної внаслідок підприємницької та іншої діяльності, яка загрожує життю та здоров'ю.

Особиста безпека людини поряд з її життям та здоров'ям є одним з базових елементів системи нематеріальних благ, на яких будується її природне благополуччя. Особиста безпека знаходить свій прояв у різних сферах життєдіяльності людини.

Своєю чергою під показниками безпеки продовольчої продукції слід розуміти науково обґрунтовані показники вмісту у такій продукції шкідливих та ймовірно шкідливих для здоров'я і життя людини компонентів чи речовин, а також компонентів та речовин, наслідки впливу яких на організм за існуючих умов розвитку науки та технології неможливо визначити як безпечні або спрогнозувати їх з реальною ймовірністю.

Отже, небезпечною вважається продовольча продукція, споживання якої пов'язане з підвищеним або ймовірним ризиком для життя і здоров'я людини, а також продовольча продукція, вплив якої (частин, складових елементів, вмісту) має невизначений для життя і здоров'я людини (споживача) або його нащадків характер.

Йдеться про необхідність закріплення як складового елементу права на безпечність продуктів харчування презумпції безпеки продуктів харчування, продовольчої сировини або супутніх товарів, а також, відповідно, і презумпції недоброякісності зазначених продуктів.

Закономірним є також питання, який позитивний правовий зміст мають положення права особи на безпечні продукти харчування. Свобода здійснення права на безпечність продуктів харчування полягає у можливості особи вільно, на власний розсуд, приймати рішення щодо можливості споживання тих чи інших продуктів. Тобто за умови поінформованості про недоброякісність або про небезпечність (у тому числі вірогідну), або про брак інформації щодо безпечності чи небезпечності, особа має право приймати самостійно рішення про вживання таких продуктів харчування. Крім того, особа вправі у будь-який час відмовитись від вживання продуктів харчування, у тому числі і харчування службового (військовослужбовці, працівники правоохоронних органів) у випадку встановлення їх неякісності або небезпечності.

Важливим є також використання мови у сфері електронної комерції. Як це не дивно, але більшість користувачів віддають перевагу купівлі товарі в інтернет-просторі на сайтах які використовують рідну мову (таких 75 %). Це демонструє наступний рис. 2.2.



Рисунок 2.2. - Використання рідної мови у глобальній торгівлі

Джерело: [76].

Таким чином, підсумовуючи ми можемо перерахувати найбільш типові проблемні ситуації які виникають у сфері інтернет-торгівлі:

- подання неповної інформації щодо товару, послуги або взагалі не подання такої інформації;
- відсутність інформації щодо виробника товару, наявності сертифікації його, забезпеченість гарантією обслуговування;
- не співпадіння опису товару у електронному каталозі розміщеному на сайті інтернет-магазину, використаного для його об'єктивізації зображення, фактичному стану товару наданому у розпорядження покупця;
- використання «чужих» фотографій, ілюстрацій для характеристики товару;
- відсутність: інформації про споживчі властивості товарів (розміщена інструкція із застосування, склад, опис (наприклад, якщо мова йде про косметику); вказівки на повну адресу виробника; адреса, телефон, факс, електронна скриня продавця; інформація чи товар перебував у ремонті; ціна товару, спосіб оплати товару, умови доставки;

- відсутність інформації щодо здійснення політики конфіденційності інтернет-магазином;
- недотримання вимог захисту прав інтелектуальної власності;
- реалізація товару ввезеного контрабандним шляхом на митну територію України.

Все зазначене вище можна умовно поділити на дві групи: проблеми щодо ідентифікації товарів та щодо суб'єкту здійснення підприємницької діяльності.

Підсумовуючи наголосимо, що інструменти публічного управління у сфері діяльності суб'єктів електронної комерції не є досконалими, не відповідають вимогам сьогодення, а сама сфера електронної комерційних є недостатньо некерованою з боку органів публічного управління. Укладання угод у сфері електронної комерції носить високий ступінь ризику для споживачів та низький рівень публічного захисту їх порушених інтересів.

РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК ІНСТРУМЕНТІВ ПУБЛІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

3.1 Напрями удосконалення інструментів публічного управління діяльності суб'єктів електронної комерції

Сутність будь-якого соціального регулювання (управлінського правового, корпоративного, заснованого на певних комерційних звичаях та ін.) полягає у визначенні форм і меж (стандартів) соціально корисної, позитивної поведінки суб'єктів у певних життєвих ситуаціях.

Цілеспрямований вплив публічного управління діяльності суб'єктів електронної комерції має бути спрямований на створення оптимальної управлінської моделі яка буде поєднувати інтереси суспільства та держави. Інтереси суспільства носять чітко виражений комерційний характер: споживачі та суб'єкти надання різноманітних послуг у сфері електронної комерції намагаються досягнути взаємовигідного стану задоволення їх економічних інтересів (одна сторона – реалізувати товари та послуги через Інтернет, а інша їх придбати або отримати).

Водночас, публічний прояв інтересів держави та органів управління полягає у необхідності забезпечити стану інформаційної безпеки, як держави так і кожного окремого споживача або суб'єкта комерційної діяльності у мережі Інтернет. Також органи публічного управління мають ефективно впливати на забезпечення гарантій отримання якісних товарів та послуг, реалізація яких відбувається через інтернет-простір.

У зв'язку з цим, можемо виділити наступні напрями удосконалення інструментів публічного управління діяльності суб'єктів електронної комерції (табл.3.1).

Таблиця 3.1 Напрями удосконалення інструментів публічного управління діяльності суб'єктів електронної комерції

Напрямок	Пропозиція	Характеристика
Визначення органу державного управління, на який має бути покладено обов'язок забезпечувати здійснення управлінського впливу (регулювання та контролю) за діяльністю у сфері електронної комерції	Департамент нотаріату та державної реєстрації Міністерства юстиції України	у частині здійснення реєстрації суб'єктів діяльності у сфері електронної комерції
	Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів	у частині здійснення контролю
Формування інформаційної бази даних	створення Державного реєстру суб'єктів електронної комерції	має об'єднати інформацію про існуючих «оф-лайн» суб'єктів які мають власний сайт комерційного призначення та суто «он-лайн» суб'єктів електронної комерції
Здійснення міждержавного контролю за діяльністю суб'єктів електронної комерції	Міжнародна співпраця (у тому числі і приєднання до системи контролю електронних платежів)	врахування вимог Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market («Directive on electronic commerce»)
Здійснення блокування суб'єктів електронної комерції, які вчиняють порушення правил або недотримання встановлених вимог	подібний захід може бути віднесено до повноважень Держпродспоживслужби або суду	блокуванням суб'єктів електронної комерції на рівні доменного імені та IP-адреси
Формування чітких вимог до здійснення ідентифікації учасників відносин електронної комерції	широке запровадження методів біометричного контролю та захисту	формування достатнього для учасників електронних комерційних відносин рівень ідентифікації

Примітка. Складено автором.

Відповідно, **першим напрямом** удосконалення інструментів публічного управління діяльності суб'єктів електронної комерції є визначення органу державного управління, на який має бути покладено обов'язок забезпечувати здійснення управлінського впливу (регулювання та контролю) за діяльністю у сфері електронної комерції.

Вважаємо, що таким має стати Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів (Держпродспоживслужба) у частині здійснення контролю та Департамент нотаріату та державної реєстрації Міністерства юстиції України, у частині здійснення реєстрації суб'єктів діяльності у сфері електронної комерції.

Державна реєстрація кожного суб'єкта електронної комерції має бути обов'язковою, якщо він створює окремий сайт або персональну сторінку з метою комерційної діяльності в межах сайту.

Вважаємо, що для реєстрації суб'єкта електронної комерції, який діє як вже зареєстрований у визначеному законодавстві порядку суб'єкт господарювання (юридична особа або фізична особа-підприємець), має бути достатньо інформаційного повідомлення з зазначенням інформації про відкриття сайту з вказівкою на його електронну адресу, яка вноситься через відповідного державного реєстратора (за місцем реєстрації «оф-лайн» суб'єкта).

Якщо необхідно зареєструвати суб'єкта електронної комерції, який ще не зареєстрований у визначеному законодавстві порядку як фізична особа-підприємець або юридична-особа, то така реєстрація має відбуватися паралельно (для діяльності «он-лайн» та «оф-лайн»).

З іншого боку Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів (Держпродспоживслужба), яка є центральним органом виконавчої влади, реалізує державну політику у галузі ветеринарної медицини, сферах безпечності та окремих показників якості харчових продуктів, карантину та захисту рослин, ідентифікації та реєстрації тварин, санітарного законодавства, попередження та зменшення вживання

тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення, метрологічного нагляду, ринкового нагляду в межах сфери своєї відповідальності, насінництва та розсадництва (в частині сертифікації насіння і садивного матеріалу), державного нагляду (контролю) у сферах охорони прав на сорти рослин, насінництва та розсадництва, державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів і рекламу в цій сфері.

Саме Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів має здійснювати заходи контролю за діяльністю діючих в інтернет-просторі суб'єкта електронної комерції.

Другим напрямом удосконалення інструментів публічного управління діяльності суб'єктів електронної комерції є створення відповідного *Державного реєстру суб'єктів електронної комерції* з вільним доступом до нього як споживачів, так і інших органів державної влади та місцевого самоврядування: митної служби України, податкової служби України, Держпраці. Реєстр має об'єднати інформацію про існуючих «оф-лайн» суб'єктів які мають власний сайт комерційного призначення та суто «он-лайн» суб'єктів електронної комерції.

Загальновідомо, що управлінському регулюванню підлягають лише ті суспільні відносини, які піддаються зовнішньому контролю. Наприклад, у випадку найбільш поширених суб'єктів електронної комерції - інтернет-магазинів, ми маємо виняткову проблему здійснення такого контролю. Особливо якщо такий магазин не має фізичних площадок для збереження товарів (на відміну від відомої «Розетки»). Загальносвітова тенденція демонструє динаміку зростання інтернет торгівлі. Не в останню чергу це обумовлено і проблемами викликаними поширенням пандемії коронавірусної хвороби (COVID-19).

Третім напрямом є здійснення (у тому числі і приєднання до системи контролю електронних платежів) міждержавного контролю за діяльністю суб'єктів електронної комерції. Поширеним сьогодні є використання послуг

різноманітних суб'єктів електронної торгівлі, що зареєстровані на території інших держав.

Наприклад, виникає питання чому європейські клієнти використовують стільки різноманітних інтернет-магазинів та площадок? Відповідь на питання полягає у тому, що ЄС складається з багатьох розвинених економік з якісною логістичною системою, ефективно діючим Інтернетом та платіжною інфраструктурою.

Найпопулярнішими інтернет-магазинами та інтернет-площадками Європи є Amazon з 1,6 мільярдами відвідувань щомісяця, а eBay який отримав менше половини цього трафіку, з 634 мільйонами відвідувань [69].

Наступними за популярністю сайтами є AliExpress та Allegro з 220 та 204 млн. відвідувань відповідно. Не дивно, що 14 з 20 найбільших ринків, які відвідують європейські клієнти, спеціально націлені на регіональні, а шість - це глобальні сайти.

Три чверті з 20 найкращих торгових майданчиків, які відвідують європейські покупці, класифікуються як загальні, що продають широкий асортимент різноманітних товарів. Модні ринки Zalando та ASOS входять у топ-20, як і магазини товарів для дому ManoMano та Wayfair, а також гігант Etsy [69].

Нажаль, інструментарій взаємного контролю та моніторингу на рівні відносин України з іншими державами відсутній (крім питань митного контролю за діяльністю операторів поштового зв'язку, які фізично здійснюють пересилання придбаних товарів).

Четвертим напрямом є затвердження порядку здійснення блокування суб'єктів електронної комерції, які вчиняють порушення правил або недотримання встановлених вимог. В першу, чергу це стосується інформаційного наповнення змісту сайтів. Вважаємо, що подібний захід може бути віднесено до повноважень Держпродспоживслужби або суду (як засіб забезпечення позову).

Стосовно інформації, яка має бути розміщена на сайті, необхідно закріпити наступну: найменування та інформацію щодо юридичної особи або дані фізичної особи підприємця; дані про фізичне місцезнаходження (реєстрації) суб'єкта інтернет-торгівлі, порядок забезпечення політики конфіденційності, варіанти оплати та доставки товарів, номери телефонів та електронної пошти (з вказівкою часу роботи відповідного оператора), порядок повернення, обміну товарів, способи забезпечення гарантійних зобов'язань.

З позицій здійснення публічного регулювання та контролю наголосимо на принциповій необхідності розробки порядку здійснення блокування інтернет-магазинів, які порушують права споживачів. Порушення будь-якого з вищеписаних правил інтернет-торгівлі може стати не тільки приводом для перевірки власника інтернет-магазину з боку наглядових органів, а й підставою для блокування сайту інтернет-магазину.

І наслідки класичної наглядової перевірки подаються не такими вже збитковими у порівнянні з блокуванням всього інтернет-магазину на рівні доменного імені та IP-адреси. Наприклад, відсутність на сайті інтернет-магазину обов'язкової для розміщення інформації може призвести до отримання попередження до накладення адміністративного штрафу. За незаконний продаж товарів, вільна реалізація яких заборонена або обмежена загрожує штраф.

У цьому контексті може бути корисна практика блокування, використовувана в Російській Федерації. Зрозуміло, що поширеним є використання механізмів блокування сайтів через політичні переслідування сучасних дисидентів з боку авторитарної влади, але досвід блокування роботи інтернет-магазинів, як засіб застосування організаційно-господарських санкцій є цілком принципово прийнятним. Блокування здійснюється у разі грубого порушення інтернет-магазином законодавства винятково через суд. Подібні судові справи ініціюють вже не наглядовими органами, а прокуратурою, яка володіє повноваженнями з нагляду за виконанням законів і за зверненням до суду на захист прав, свобод і законних інтересів громадян,

невизначеного кола осіб. Спочатку прокурор здійснює процесуальну дію «огляд інтернет-сайтів» з метою контролю за дотриманням законодавства. Місцезнаходження продавця в даному випадку не має значення: інтернет-магазин компанії може бути заблокований за заявою прокурора, який перебуває у іншому адміністративно-територіальному утворенні.

Виявивши істотне порушення або прокуратура фіксує порушення - робить скріншоти сторінок сайту. Зібрані матеріали (тобто скріншоти) подаються до місцевого суду разом із заявою про визнання інформації, розміщеної на сайті, незаконною і про внесення сайту в Єдиний реєстр забороненої інформації для його подальшого блокування на всій території держави. Зазначена процедура не передбачає обов'язкової ідентифікації власників інтернет-магазинів, навіть якщо повні контактні дані продавця розміщені на самому сайті. З цієї причини подібні судові засідання проходять досить швидко (в одне засідання) і без виклику власника інтернет-магазину. Про прийняте рішення недобросовісний підприємець дізнається вже коли його сайт заблокують. У деяких випадках власник заблокованого сайту за кілька днів до блокування отримує повідомлення про необхідність видалення незаконної інформації, перенаправлення хостинг-провайдером сайту. Блокування можна зняти або в ході адміністративної взаємодії (тобто змінити зміст сайту), або шляхом оскарження рішення суду. Оскільки власники інтернет-сайтів не залучаються до участі в первинному судовому розгляді, суди у тому числі відновлюють терміни на подачу апеляційної скарги і дають підприємцям можливість представити суду свою правову позицію [1].

П'ятим напрямом удосконалення інструментів публічного управління діяльності суб'єктів електронної комерції має стати формування чітких вимог до здійснення ідентифікації учасників відносин електронної комерції. Можливим напрямом вирішення проблеми ідентифікації для сторін, які вимагатимуть максимального інформування про контрагента (наприклад, договір між банком та клієнтом) виступають сучасні біометричні технології. Особливу увагу у сучасному світі привертає проблема широкого

запровадження методів біометричного контролю та захисту, в основі якої лежать методи математичної статистики (біометрія – сукупність методів математичного опрацювання даних, одержаних при вимірюванні тіла або окремих органів організму. За допомогою біометрії, в основі якої лежить теорія імовірностей, дається точна характеристика значення ознаки, яка вивчається, встановлюється вірогідність подібності або відмінності цієї ознаки).

Перші спроби автоматичної апаратної ідентифікації людини за властивими їй унікальними біологічними та поведінковими параметрами можна віднести до середини ХХ століття, коли з'явилися перші розробки з автоматичної ідентифікації голосу. Першою компанією, яка запропонувала власні біометричні системи контролю доступу, була Recognition Systems.Inc. (Значна кількість особливо важливих державних об'єктів у США обладнані її біометричними сканерами ідентифікації за формою кисті руки).

Проте лише у дев'яності роки загальний рівень розвитку обчислювальної техніки дозволив використовувати біометричні параметри для ідентифікації у режимі реального часу. На сьогодні біометричні технології використовують у сфері контролю фізичного доступу та доступу до інформації. Біометричні системи широко використовуються у сферах: приватній, корпоративній, державній. Практично біометрія поширена у системі доступу до комп'ютерної мережі, біометричних документах, які посвідчують акти цивільного стану, у сферах електронної торгівлі, банках, контролі фізичного доступу та реєстрації робочого часу, ідентифікації осіб, які розшукуються, у громадських місцях або на транспорті, доступі до індивідуальних засобів (мобільних телефонів або ноутбуків). Так, наприклад, компанія Lenovo здійснює постачання індійським покупцям нових ноутбуків Y300 та Y500. Ця система ідентифікує власника ноутбука за його обличчям. Миттєве фото господаря перетворюється у цифрову карту, а вона перетворюється у пароль для доступу до Windows та прикладних програм. Таким чином, власне паролі володільцеві ноутбука створювати або

запам'ятовувати не потрібно. Компанія Ok: Electric Industry Co., Ltd оголосила про завершення розробки нової системи ідентифікації користувачів за малюнком райдужної оболонки ока, з використанням звичайних фотокамер, вмонтованих у телефони або комунікатори.

Сканування сітківки ока є найбільш оптимальним з огляду на такі причини: по-перше, це високий ступінь аутентифікації, по-друге, це не вимагає додаткових пристроїв, крім звичайної фотокамери, по-третє, алгоритми впізнання за сітківкою є простішими для обробки процесорами (за матеріалами: 3D News Daily Digital Digest).

Є поширеним використання засобів біометричної ідентифікації у фінансовій сфері. Зокрема, у спеціальних платіжних засобах – платіжних пластикових картках для дистанційного підтвердження особи клієнта банку та регламентування ними дій брокерів.

Крім того, окремої уваги заслуговує такий напрям використання ідентифікуючих засобів і в процесі електронної торгівлі та використання грошей. Поєднання біометрії та діяльності платіжної системи призвело до появи нового виду торговельної мережі – біометричних інформаційних кіосків. Так, Сінгапурський Citibank розповсюджує розроблену біометричну платіжну систему, яка дозволяє здійснювати оплату товарів та послуг через платіжні картки банку (ідентифікація на підставі відбитків пальців). Біометричні інформаційні кіоски вже встановлено у п'яти районах Сінгапура.

Мережа подібних платіжних кіосків існує і у Пакистані з літа 2005 року. Вони обладнані сенсорним екраном та дозволяють оплачувати рахунки комунальних служб, проводити банківські трансакції, здійснювати операції з банківськими депозитами, активувати карти передоплати операторів мобільного зв'язку. Кіоск впізнає користувача за наданою ним національною ідентифікаційною карткою. Верифікація особи відбувається за відбитком великого пальця власника картки. Зрозуміло, що подальша інтеграція технічних можливостей біоідентифікації особи з інтернет-середовищем зніме

питання оформлення електронних правочинів та проблему анонімності сторін такого правочину.

З іншого боку, якщо сторони вважатимуть для себе інший достатній рівень взаємного інформування, вони також матимуть можливість укладання правочину, що здійснюється в електронній комерції (втілення принципу правомірності дій сторін електронного договору). Введення обов'язкової ідентифікації сторони правочину (якщо вона не вимагається нормами чинного законодавства) є неприпустимим та таким, що призведе до сповільнення розвитку електронної комерції.

Шостим напрямом удосконалення інструментів публічного управління діяльності суб'єктів електронної комерції є встановлення чіткої відповідальності за вчинені порушення. Зокрема мова йде про доповнення адміністративного-деліктного законодавства окремими складами правопорушень.

Розглянемо удосконалення правових інструментів регулювання договірної діяльності в мережі Інтернет в наступному підпункті.

3.2 Розвиток правових інструментів регулювання договірної діяльності в мережі Інтернет

Розвиток торгівлі в інформаційному суспільстві – це процес, який складається з наступних етапів: появи нових багатоканальних моделей обміну інформаційними ресурсами внаслідок інформаційно-комунікаційної революції; виникнення положень Інтернет-права та загальної системи технічної стандартизації, у тому числі формування єдиної мови глобальної економіки, за допомогою стандартизації бухгалтерського обліку та аудиту; підвищення операційної ефективності завдяки використанню розгалуженої інфраструктури інформаційних технологій переходу до мережових бізнес-моделей [19].

Сьогодні в Україні з усіх сайтів, що працюють під назвою Інтернет-магазинів, лише 10 відсотків офіційно зареєстровано як підприємства, які здійснюють електронну торгівлю. Причиною такого становища є недосконалість законодавчого регулювання електронної торгівлі на національному рівні [19].

Водночас, комплексної оцінки поняття, змісту та особливостей правочину, що здійснюється в електронній комерції у науковій господарсько-правовій та цивільно-правовій сфері ще не надано, що обумовлює актуальність дослідження. Відповідно до положень ч.1 ст. 2 Закону України «Про електронну комерцію» законодавство України у сфері електронної комерції ґрунтується на Конституції України Цивільному та Господарському кодексах України, законів України «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про електронний цифровий підпис», «Про захист прав споживачів», «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні».

Також необхідно додати, що частково регулювання вказаної сфери буде здійснюватись Законом України «Про електронні довірчі послуги», який набирає чинності 07.11.2018р. на заміну вищезазначеного Закону «Про електронний цифровий підпис».

У зв'язку з цим, можемо виділити наступні напрями удосконалення правових інструментів регулювання договірної діяльності в мережі Інтернет (табл.3.2).

Зазначені напрями мають, на нашу думку, охоплювати сферу техніко-юридичного удосконалення окремих текстів нормативно-правових актів, формувати ефективні управлінські та правові механізми сприяння захисту прав споживачів та окреслювати сферу протиправної суспільно-шкідливої поведінки за яку має бути встановлено відповідні міри юридичної відповідальності (у першу чергу йдеться про відповідальність у адміністративно-правовому порядку).

Таблиця 3.2 Напрями удосконалення правових інструментів регулювання договірної діяльності в мережі Інтернет

Напрямок	Пропозиція	Характеристика
удосконалення порядку укладення електронного правочину	дотримання вимог щодо форми, місця та часу укладення електронного правочину	Врегулювання порядку нотаріального посвідчення факту укладання електронного правочину
нормативне удосконалення електронної комерційної діяльності через створення конкретизованих правових приписів	доповнення до ЦК України, наприклад, окрему главу «Договір купівлі-продажу в мережі Інтернет» доповнення до ГК України окремою главою «Електронна комерційна діяльність».	Визначення порядку укладення, створення, діяльності та відповідальності суб'єктів
удосконалення механізму захисту прав споживачів у сфері електронної комерції	доповнити положення Кодексу України про адміністративні правопорушення нормою про відповідальність суб'єктам здійснення електронної комерції за порушення встановлених правил та вимог здійснення електронної комерції діяльності (бланкетна диспозиція)	застосуванням щодо нього таких санкцій як штраф та блокування контенту (сайту)

Примітка. Складено автором.

Відповідно до ч. 1 ст. 202 ЦК України «Правочином є дія особи, спрямована на набуття, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків». Практичне калькування цього поняття ми можемо побачити у змісті у п.7 ст. 3 (Визначення термінів) Закону України «Про електронну комерцію» «електронний правочин - дія особи, спрямована на набуття, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснена з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем» [35]. Таким чином, законодавство

України містить вихідні положення, які визначають поняття електронний правочин. Проте, виникає питання наскільки досконалим та таким, що відповідає потребам сьогодення є таке розуміння базової категорії [53].

Водночас, ч.2 ст.1 Закону України «Про електронну комерцію» (Сфера застосування цього Закону) містить перелік випадків, у яких положення Закону України «Про електронну комерцію» не поширюється на правочини. До таких, зокрема, віднесено винятки, пов'язані з особливим суб'єктним складом, з особливим порядком вчинення або оформлення правочину, певним сферам правовідносин або окремим видам зобов'язань. До винятків пов'язаних з особливим суб'єктним складом можна віднести такі як: відсутність реєстрації фізичної особи, як сторони правочину як підприємця; стороною правочину є орган державної влади або орган місцевого самоврядування при здійсненні державних закупівель; якщо особа не має права укладати договір майнового забезпечення через те, що такі дії виходять за межі її господарської діяльності чи незалежної професійної діяльності. До випадків вимог дотримання особливого порядку вчинення або оформлення правочину відносимо: правочин підлягає нотаріальному посвідченню або державній реєстрації відповідно до законодавства та законом встановлено спеціальний порядок переходу права власності. Не поширюється дія Закону України «Про електронну комерцію» також на правочини які регулюють сімейні відносини (що виглядає досить спірним через відсутність нормативного визначення поняття сімейний правочин) та правочини які регулюють правовідносини грального бізнесу (парі, тоталізатори та лотереї). Відповідно до ч.1 ст. 10 Закону України «Про електронну комерцію» електронні правочини вчиняються на основі відповідних пропозицій (оферт – комерційних електронних повідомлень).

Необхідно також погодитись з тим, що використання телекомунікацій, в тому числі мережі Інтернет та Інтернет-технологій, привносить у реалізацію суспільних відносин певні особливості, які вимагають врахування при правовому регулюванні. Насамперед, це: невизначеність місцеположення

сторін правочину; невизначеність часу відправлення та одержання інформаційних матеріалів; певна анонімність автора інформаційних матеріалів; невизначеність відносно вірогідності отриманої інформації [20, с.6].

Дійсно ст. 211 ЦК України (Місце вчинення правочину) передбачає, що якщо у правочині не вказане місце його вчинення, то: місцем вчинення одностороннього правочину є місце вираження волі сторони; місце вчинення дво- або багатостороннього правочину встановлюється відповідно до статті 647 ЦК України (договір є укладеним у місці проживання фізичної особи або за місцезнаходженням юридичної особи, яка зробила пропозицію укласти договір) [56]. Нажаль, забезпечення виконання цієї умови правомірності правочину вчиненого в електронній формі викликає питання. Так само виникають перестороги щодо можливості визначити моменту укладання договору. Одночасно з цим, враховуючи фактичне існування правочинів, що укладені дистанційно, логічним було б вважати місцем вчинення правочину місце, де фактично відбувається завершення правочину – тобто місце відвантаження товару, якщо він є предметом матеріального світу, або місцезнаходження сторони, яка надала оферту, коли предметом правочину є не фізичний товар, послуга або робота.

При цьому також треба зазначити, що у зв'язку з особливостями вчинення електронного правочину (зокрема вибором сторонами саме такого способу його вчинення) доцільно було б віддати такі питання на розсуд сторін. Так як вони обирають фактично ніким не регульовану «територію» - мережу Інтернет – вони самостійно мають усвідомлювати наслідки невизначеності тих чи інших критеріїв або умов при вченні ними правочину, з яких витікає складність подальшого доказування в разі судових тяжб.

Наприклад, якщо фізичний товар можна обрати в інтернет-магазині, але оплата здійснюється в момент його отримання – готівкою кур'єру, післяплатою у поштовому відділенні – такий правочин не слід вважати електронним правочином, адже в цьому випадку веб-сайт продавця є лише

рекламною вітриною, а сам правочин здійснюється без використання мережі Інтернет. Проте у випадку, коли цей товар був оплачений он-лайн, правочин уже варто вважати таким, що вчинений в сфері електронної комерції, а отже електронним правочином.

Виглядає лише суто технічною проблема поєднання нотаріального оформлення та електронної комерції, яке має бути вирішено у майбутній перспективі. Наразі існує практика укладення електронних договорів у зовнішньо- економічних відносинах, коли проект договору складається у формі електронного документа, збереженого у форматі PDF, з накладенням на такий документ електронного цифрового підпису сторони, яка склала проект договору. Інша сторона, отримавши проект договору, у разі згоди з його умовами, повертає через мережу Інтернет оференту з накладенням на нього свого електронного цифрового підпису. Узгодження умов майбутнього договору відбувається шляхом надсилання електронних повідомлень у мережі Інтернет [8, с.68].

Розвиток віддаленого (дистанційного) укладання договорів породжує необхідність дослідження, виявлення та вирішення проблем укладання договорів за допомогою інформаційних технологій. Так, чинним законодавством України передбачена можливість реалізації товару дистанційним способом [35], що полягає в укладенні електронного договору на підставі ознайомлення покупця з описом товару, наданим продавцем у порядку, визначеному Законом, шляхом забезпечення доступу до каталогів, проспектів, буклетів, фотографій тощо з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем або в інший спосіб, що виключає можливість безпосереднього ознайомлення покупця з товаром або із зразками товару під час укладення такого договору.

Одночасно з цим в Україні спостерігається практика, яка на жаль, свідчить про дію презумпції правомірності правочину не в повній мірі. Особи, які для укладення договору використовують електронний підпис теоретично несуть наступні ризики:

- визнання правочину фіктивним або неукладеним з боку органів державної влади (зокрема перевіряючих органів, яким за законом надано право здійснювати перевірки відповідного суб'єкта);

- невизнання електронного підпису як належного засобу підпису в разі судового розгляду (ризик неможливості визнання електронного підпису достатнім доказом);

- невиконання умов договору іншою стороною договору в силу її недобросовісності та використання властивостей електронного підпису (неоднозначної правової позиції щодо електронного підпису).

Одночасно з цим необхідно відмітити, що електронні документи, створені за допомогою інформаційно-технологічних систем державних органів – Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, Єдиний державний реєстр судових рішень, Єдиний державний реєстр платників ПДВ тощо – сприймаються комерційними установами (зокрема фінансовими) та органами державної та судової влади як належні джерела інформації для встановлення відповідних фактів.

Таким чином, у підсумку ми можемо запропонувати власне визначення електронного правочину, що здійснюється в електронній комерції - це дво- чи багатосторонній правочин, спрямований на набуття, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснений з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем за умов дотримання вимог ідентифікації учасників, рівень якої відповідає волі сторін.

Другим з правових інструментів регулювання діяльності суб'єктів електронної комерції ми вважаємо комплексне нормативне удосконалення електронної комерційної діяльності через створення конкретних правових приписів.

Регулятивний вплив права на суспільні відносини починається саме з видання (прийняття) компетентними правотворчими органами нормативно-правових актів. На цій стадії правового регулювання створюється його

нормативна основа. Саме на цій стадії встановлюються правові статуси суб'єктів права, визначаються зміст сфери реалізації статутних прав, обов'язків, відповідальності. Власне ж «запуск» механізму правового регулювання починається з моменту набрання чинності відповідним нормативно-правовим актом.

Ми вважаємо, що вдосконалення системи нормативно-правового регулювання діяльності суб'єктів електронної комерції в Україні має відбуватися удвох важливих площинах.

По-перше, такою «площиною» може стати господарське та цивільне законодавство. На практиці можна запропонувати ввести доповнення до ЦК України, наприклад, окрему главу *«Договір купівлі-продажу в мережі Інтернет»*. Водночас, ГК України можна доповнити положеннями які б в цілому визначали принципи інтернет-торгівлі. Мова йде про можливе доповнення окремою главою *«Електронна комерційна діяльність»*.

З позицій господарського права доцільним є чітке розуміння організаційно-правової форми діяльності інтернет-магазину. В принципі, відштовхуючись від сучасних правових засобів можна запропонувати закріпити у законодавстві можливість вибору серед таких форм як : фізична особа підприємець або юридична особа певної організаційно-правової форми.

Третім, з правових інструментів регулювання діяльності суб'єктів електронної комерції ми вважаємо необхідність створення дієвого управлінського механізму захисту прав споживачів.

Так, здійснюючи покупки через Інтернет, споживачі не завжди можуть бути впевнені в тому, що описані на сайті якісні характеристики придбаного товару відповідають дійсності. В цілому найкращою гарантією якості і відповідальності продавця досі може вважатися наявність позитивних відгуків інших покупців. Також більш реальною гарантією є пропозиція продавця оплатити товар при отриманні його покупцем.

Договір купівлі-продажу оформляється шляхом оформлення замовлення і виставлення рахунку, який може бути сплачений по-різному: при отриманні,

готівкою на складі продавця або кур'єру, за допомогою розрахункової картки покупця або за допомогою електронних грошей.

Роль договору буде фактично грати замовлення, бланк якого повинен містити всі реквізити, що дозволяють ідентифікувати продавця, а саме: назва суб'єкта господарювання, його код ЄДРПОУ, банківські реквізити, юридична адреса, ПІН, якщо продавець є платником ПДВ.

Виходячи з цього, можна зробити однозначний висновок, що торгівлю через Інтернет можна віднести як продажу товарів на замовлення, яка має деякі особливості, закріплені в Правилах продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними відвідувань №103 від 19.04.2007 [26].

Згідно з Правилами продажу товарів на замовлення та поза торговельними й офісними приміщеннями, затвердженими наказом Мінекономіки України від 19.04.2007 р № 103 [26] продавець повинен надати Вам інформацію про:

- 1) найменування продавця, його місцезнаходження та порядок прийняття претензії;
- 2) основні характеристики товару;
- 3) ціну, включаючи плату за доставку, та умови оплати;
- 4) гарантійні зобов'язання та інші послуги, пов'язані з утриманням чи ремонтом товару;
- 5) інші умови поставки або виконання договору;
- 6) мінімальну тривалість договору, якщо він передбачає періодичні поставки товару;
- 7) вартість послуг зв'язку, якщо вона відрізняється від граничного тарифу;
- 8) період прийняття пропозицій;
- 9) порядок розірвання договору.

Проблема в тому, що купуючи товар через інтернет, споживачі рідко думають про те, як зв'язатися з магазином, якщо їх не влаштує покупка. А Інтернет-магазин, як і будь-який інший, повинен мати юридичну адресу. На

сайті магазину (або в акаунті в соцмережах) повинен бути також вказаний телефонний номер.

Зазвичай саме через це і виникають справжні проблеми, пов'язані з обміном, поверненням товару, і гарантійними зобов'язаннями продавця. Електронне листування повинна містити всю необхідну інформацію для ідентифікації продавця і повинна бути завірена нотаріально, для використання в якості доказу в суді.

Крім того, на сайті повинні бути прописані умови доставки. Покупка повинна оплачуватися тільки після її отримання, перевірки на наявність всіх предметів і відсутність шлюбу.

Виходячи з цього, для мінімізації ризиків споживач може попросити у продавця фото наступних документів:

1. ІПН і фото паспорта або реєстрацію юридичної особи;
2. Фото товару з датою (якщо покупка здійснюється на OLX, наприклад);
3. Прикласти до товару накладну з підписом і датою відправлення, в якій зазначено який саме товар замовив покупець.

Безумовно деякі продавці будуть відмовляти в документах, але чи є вони сумлінними, якщо хочуть приховати ці дані? Що ж робити, якщо товар уже оплачений, а продавець «пропав». У цьому випадку можна запропонувати наступний алгоритм дій:

1) Перш за все, потрібно звернутися в банк, який обслуговує карти або поточний рахунок ймовірних «шахраїв», і вимагати заблокувати їх.

2) Потрібно зв'язатися зі своїм банком, і повідомити службі підтримки про проблему. Надати дані одержувача, номер його картки / рахунку, ПІБ, суму і дату (а краще всього, точний час) банківського переказу.

3) Далі подати в правоохоронні органи заяву про факт шахрайства, по якому може бути відкрито кримінальне провадження. Чим більше подробиць буде вказано в заяві, тим краще (листування, документи, що підтверджують перерахування грошей, скріншот сторінки, де було розміщено оголошення

(його необхідно зробити заздалегідь, тому що згодом шахрай може його видалити) і т.д).

4) Крім того, можна звернутися в департамент кіберполіції Національної поліції, який займається розслідуванням даної категорії справ. Його співробітникам слід надати контактні і паспортні дані потерпілого і описати подію якомога детальніше.

Можна зробити висновок, що для споживача сьогодні зробити покупку в Інтернеті набагато зручніше, швидше і частіше за все вигідніше, ніж в традиційному магазині, а для підприємця організувати продаж в Інтернеті набагато легше, так як відпадає потреба в оренді магазину, оплати праці співробітників та інших організаційних питаннях [12].

Ефективність процесу створення дієвого управлінського механізму захисту прав споживачів органічно пов'язана з удосконаленням відповідальності у цій сфері. Вважаємо за необхідне доповнити положення Кодексу України про адміністративні правопорушення нормою про відповідальність суб'єктам здійснення електронної комерції за порушення встановлених правил та вимог здійснення електронної комерції діяльності (бланкетна диспозиція) з застосуванням щодо нього таких санкцій як штраф та блокування контенту (сайту).

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи дослідження організації здійснення публічного управління у сфері електронної комерції в Україні наголосимо на наступних важливих положеннях.

1. Електронна комерційна діяльність це діяльність суб'єктів господарювання, зареєстрованих відповідно до вимог національного законодавства (фізичних або юридичних осіб) у сфері суспільного виробництва, спрямована на реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність, і здійснюється з метою одержання прибутку через Інтернет-мережу.

За своєю правовою сутністю відносини електронної комерції необхідно віднести до комплексних. Зміст електронної комерції з позицій господарської діяльності становить комерційна діяльність спрямована на реалізацію продукції, здійснення електронних розрахунків, хостингу та інших робіт чи електронних послуг.

2. Міжнародний досвід публічного управління у сфері діяльності суб'єктів ринку електронної комерції демонструє необхідність сконцентрувати увагу органів публічного управління на питаннях здійснення електронних розрахунків та створення умов для щоб застосування національних механізмів не справляло негативного впливу на конкурентоспроможність промисловості та не перешкоджало розповсюдженню інновацій у цій сфері. При цьому, визначальним орієнтиром для правового регулювання у частині правового регулювання у ЄС, а відповідно і для України (в якості стратегічного орієнтиру) «електронної комерції» виступає стала Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market («Directive on electronic commerce»). У Директиві було наголошено, що з метою безперешкодного розвитку електронної комерції правова система має бути чіткою та простою, передбачливою та узгодженою із нормами, що застосовуються на

міжнародному рівні таким чином, щоб їх застосування не справляло негативного впливу на конкурентоспроможність європейської промисловості чи не перешкоджало інноваціям у цій сфері.

3. Не зважаючи на ряд прийнятих нормативно-правових актів та внесених поправок у вже діючі документи, багато питань у даній сфері залишається неврегульованими, що нерідко призводить до порушення прав та інтересів фізичних та юридичних осіб, крім того, такі сфери як електронні платіжні системи, митне оформлення та оподаткування, конфіденційність, безпека, захист інтелектуальної власності потребують удосконалення правового регулювання.

Нормативне регулювання питань електронної комерції на даний час залишається актуальним, особливо у частині укладання та виконання правочинів через мережу Інтернет, визначення юридичної сили електронних договорів, порядок здійснення, оплати правочинів в електронній комерції в Україні, правової природи розрахунків за допомогою крипто валюти, електронних грошей та фінансових активів.

4. Інструменти публічного управління у сфері діяльності суб'єктів електронної комерції не є досконалими, не відповідають вимогам сьогодення, а сама сфера електронної комерційних є недостатньо некерованою з боку органів публічного управління. Укладання угод у сфері електронної комерції носить високий ступінь ризику для споживачів та низький рівень публічного захисту їх порушених інтересів.

Основними проблемними моментами діяльності інтернет-магазинів у вітчизняному правовому полі є наступні: подання неповної інформації щодо товару, послуги або взагалі не подання такої інформації; відсутність інформації щодо виробника товару, наявності сертифікації його, забезпеченість гарантією обслуговування; не співпадіння опису товару у електронному каталозі розміщеному на сайті інтернет-магазину, використаного для його об'єктивізації зображення, фактичному стану товару наданому у розпорядження покупця; використання «чужих» фотографій,

ілюстрацій для характеристики товару; відсутність інформації про споживчі властивості товарів (розміщена інструкція із застосування, склад, опис (наприклад, якщо мова йде про косметику)); відсутність інформації щодо здійснення політики конфіденційності інтернет-магазином; недотримання вимог захисту прав інтелектуальної власності; реалізація товару ввезеного контрабандним шляхом на митну територію України.

5. Напрями удосконалення інструментів публічного управління діяльності суб'єктів електронної комерції є наступні:

- визначення органу державного управління, на який має бути покладено обов'язок забезпечувати здійснення управлінського впливу (регулювання та контролю) за діяльністю у сфері електронної комерції (Департамент нотаріату та державної реєстрації Міністерства юстиції України - у частині здійснення реєстрації суб'єктів діяльності у сфері електронної комерції та Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів - у частині здійснення контролю);

- формування інформаційної бази даних шляхом створення Державного реєстру суб'єктів електронної комерції (має об'єднати інформацію про існуючих «оф-лайн» суб'єктів які мають власний сайт комерційного призначення та суто «он-лайнових» суб'єктів електронної комерції);

- здійснення міждержавного контролю за діяльністю суб'єктів електронної комерції (врахування вимог Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market («Directive on electronic commerce»);

- здійснення блокування суб'єктів електронної комерції, які вчиняють порушення правил або недотримання встановлених вимог (подібний захід може бути віднесено до повноважень Держпродспоживслужби або суду у формі блокуванням суб'єктів електронної комерції на рівні доменного імені та IP-адреси

- формування чітких вимог до здійснення ідентифікації учасників відносин електронної комерції (широке запровадження методів біометричного контролю та захисту).

б. Вдосконалення системи публічно-правового регулювання діяльності інтернет-магазинів в Україні має відбуватися у двох важливих площинах. По-перше, такою «площиною» може стати господарське та цивільне законодавство. На практиці можна запропонувати ввести доповнення до ЦК України, наприклад, окрему главу *«Договір купівлі-продажу в мережі Інтернет»*. Водночас, ГК України можна доповнити положеннями які б в цілому визначали принципи інтернет-торгівлі. Мова йде про можливе доповнення окремою главою *«Електронна комерційна діяльність»* та доповнення положення КУпАП нормою про відповідальність суб'єктам здійснення електронної комерції за порушення встановлених правил та вимог здійснення електронної комерції діяльності з застосуванням щодо нього таких санкцій як штраф та блокування контенту (сайту).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абашина Е. Электронная торговля. URL: <https://digitalrights.center/blog/elektronnaya-torgovlya-v-rossii/>
2. Архіпов О. Юридична сила електронного документу. *Юридична Газета Online*, 2016, URL: <http://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/yuridichna-sila-elektronnogo-dokumentu.html> (дата звернення: 30.03.2017)
3. Баранов О.А. До проблеми електронних правочинів. *Правова інформатика*. 2010 . №4. С.3-8.
4. Блащук Т. В. Джерела правового регулювання договірних відносин: теоретико-правовий аспект. *Часопис Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Право». 2013. № 1(7). URL: <http://lj.oa.edu.ua/articles/2013/n1/13btvtpa.pdf>.
5. Блокування Smart TV: в LG розповіли, що робити зі старими телевізорами URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/10/28/666686>
6. Волинець Т. В. Правове регулювання вчинення електронних правочинів. *Європейські перспективи*. 2016. Вип. 1. С.152-156. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evpe_2016_1_25.
7. Горовий В.М. Особливості розвитку соціальних інформаційних баз сучасного українського суспільства. К.: НБУВ, 2005. 300 с.
8. Горшкова Л.В. Правовые проблемы регулирования частноправовых отношений международного характера в сети Интернет: автореф. дис. соискание науч. степени канд. юр. наук: спец. 12.00.03. Московская государственная юридическая академия. М., 2005. 30 с.
9. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 18, № 19-20, № 21-22. с. 144.
10. Дерев'янюк О. Інтернет-магазини косметики підозрюють в ухиленні від податків. URL: <https://ua-news.liga.net/economics/news/internet->

magazini-kosmetiki-pidozryuyut-v-uhilenni-vid-podatniv?__cf_chl_jschl_tk__=ce52c2061a2eace282da6f84a7c43d831129608d-1603988115-0-

11. Деякі питання використання доменних імен державними органами в українському сегменті Інтернету. Постанова КМУ від 21 жовтня 2005 р. № 851. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: <https://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/851-2015-%D0%BF>

12. Дрогозюк К. *Правовое регулирование деятельности Интернет-магазинов* URL: <https://yaizakon.com.ua/pravovoe-regulirovanie-deyatelnosti-internet-magazinov/>

13. Еннан Р. Є. *Правове регулювання відносин у мережі Інтернет. IT право: проблеми і перспективи розвитку в Україні.* URL: <http://aphd.ua/publication-173/>.

14. Євтушенко, Д. Д. Електронний бізнес, електронна комерція, Інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять. *Бізнес Інформ.* 2014. № 8. С. 184-188.

15. *Захист прав від Інтернет-порушень: судова практика.* URL: <https://web-fix.org/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B8/%D0%B7%D0%>

16. Козье, Д. *Электронная коммерция.* М. Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999. 288 с.

17. Конституція України : Закон України від 28 червня 1996 р. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>

18. Кочевой М. М. *Нормативно-правове регулювання зовнішньоекономічної безпеки України.* *Бізнес-Інформ.* 2014. № 10. С. 38-42

19. Крутова А.С. *Методологія та організація бухгалтерського обліку в сфері електронної торгівлі.* автореф. дис..доктора економічних наук 08.00.09.

Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. Київський національний торговельно-економічний університет. К., 2011. 18 с.

20. Кучаковська Н. Правове регулювання укладення електронних господарських договорів. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2016. № 6. С.63-74.

21. Литвинов Є. П. Правовідносини в Інтернет-праві. *Часопис Київського університету права*. 2013. №3. С. 145-149.

22. Мельник О. М. Правове регулювання та шляхи підвищення його ефективності: автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. юрид. наук: спец. 9 12.00.01. «Теорія та історія держави і права; історія політичних і правових учень. К.: ІДП НАНУ, 2004, 20 с.

23. Нагорський В. Іжа по інтернету: як українські продуктові мережі розвивають онлайн-продажі. URL: <https://rau.ua/uk/novyni/produktovye-seti-onlajn-prodazhi/>

24. Нікіфоров А., Михайлик С. Чому укладання договорів у сфері електронної комерції це не лише click та tap. *Юридична газета*. URL: <http://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/chomu-ukladannya-dogovoriv-u-sferi-elektronnoyi-komerciyi-ce-ne-lishe-click-ta-tap.html>

25. Окінавська хартія глобального інформаційного суспільства від 22.07.2000. URL. http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998_163.

26. Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями : Наказ Мінекономіки України від 19.04.2007 р № 103. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1181-07#Text>.

27. Принципи делегування та адміністрування доменів верхнього рівня кодів країн від 23 лютого 2000 р. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998_364

28. Про адміністрування домену ".UA". Розпорядження КМУ від 22 липня 2003 р. N 447-р. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: <https://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/447-2003-%D1%80>

29. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обробки інформації в системах хмарних обчислень : проект Закону України від 24 березня 2016 р. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL:http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=58527

30. Про Доктрину інформаційної безпеки України: Указ Президента України №47 від 25.02. 2017 р. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>

31. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13 січня 2011 р. № 2657-XII. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>

32. Про електронний цифровий підпис : Закон України від 22 травня 2003 року № 852-IV. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL. <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/852-15>

33. Про електронні довірчі послуги : Закон України від 5 жовтня 2017 р. № 2155-VIII. Верховна Рада України. База «Законодавство України».URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19>

34. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22 травня 2003 року N 851-IV. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL:<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15>.

35. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/675-19/print>

36. Про затвердження Правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями: Наказ Міністерства економіки України від 19.04.2007 р. № 103. *Офіційний вісник України*. 2007. № 80. С. 298.

37. Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах : Закон України від 05.06. 1994 р. № 80. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/80/94-%D0%B2%D1%80/print>.

38. Про захист персональних даних : Закон України від 1 червня 2010 р. № 2297-VI. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17>.

39. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 травня 1991 р. № 1023-XII. Верховна Рада України. База «Законодавство України». *Відомості Верховної Ради України*. 1991. № 30. Ст. 379.

40. Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет і забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні: Указ Президента України від 31 липня 2000 року №928. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/928/2000>

41. Про інформацію : Закон України від 02 жовтня 1992 р. № 2657-XII. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: http://kodeksy.com.ua/pro_informatsiyu.htm.

42. Про основні засади забезпечення кібербезпеки України : Закон України від 9 травня 2018 р. № 2163-VIII. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19>

43. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки: Закон України від 09.01.2007 р. № 537-V. *Відомості Верховної Ради України*. 2007. № 12 С. 511. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/537-16>.

44. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 27 січня 2016 року "Про Стратегію кібербезпеки України". Указ Президента України. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/96/2016>

45. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)». Указ Президента України від 28 квітня 2017 року. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/133/2017>.

46. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України». Указ Президента України від 29 грудня 2016 року. Верховна Рада України. База «Законодавство України».URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017>.

47. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження КМУ від 17 січня 2018 р. № 67-р. Верховна Рада України. База «Законодавство України».URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-konceptsiyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi>

48. Про телекомунікації : Закон України від 11 листопада 2003 р. № 1280-IV. Верховна Рада України. База «Законодавство України».URL: <https://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1280-15>

49. Рєзнікова В. Поняття, значення та перспективи правового забезпечення електронної комерції в Україні. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2015. № 2. С. 58–72. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Triv_2015_2_10.

50. Свиридчук Н.П. Юридична відповідальність у механізмі правового регулювання. *Юридичний вісник. Повітряне і космічне право*. 2011. №4(21). С. 25 (24-27).

51. Спасенко В. О.Деякі питання адміністративно-правового регулювання діяльності державної реєстраційної служби України. *Часопис Київського університету права*. 2013. № 1. С. 153-157.

52. Типовий закон «Про електронну торгівлю» Комісії ООН з права міжнародної торгівлі від 30.01.1997 року. Верховна Рада України. База «Законодавство України».URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_321

53. Тітова Г. Поняття, ознаки та види розрахунків в сфері електронної комерції. Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. 2019. №3. URL: [http://Nzizvru_2019_3_7%20\(1\).pdf](http://Nzizvru_2019_3_7%20(1).pdf)

54. Тітова Г. Юридична сила електронного договору : до постановки питання. Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України, 2019. №4. URL: <http://326-Текст%20статті-940-1-10-20200522.pdf>
55. Ховрак, І. В. Електронна комерція в Україні: переваги та недоліки. *Економіка. Фінанси. Право*. 2013. № 4. С. 16-20.
56. Цивільний кодекс України : Закон України [прийнято Верхов. Радою 16 січня 2003 р. № 435-IV. Верховна Рада України. База «Законодавство України». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
57. Чижов А. Неприємний дух українського інтернет-ринку косметики та парфумерії. URL: <https://apostrophe.ua/ua/article/business/2019-10-23/nepriyatnyiy-duh-ukrainskogo-internet-ryinka-kosmetiki-i-parfyumerii/28668>
58. Чучковська А. В. – Правове регулювання господарських договорів, що вчиняються через мережі електров'язку : автореф. юрид. наук: 12.00.04. Київ. 2004 . 20 с.
59. Шалева О. І. Електронна комерція. К.: Центр учбової літератури. 2011. 216 с.
60. Шалева О.І. Стан, проблеми та перспективи розвитку Інтернет-торгівлі продуктами харчування в Україні. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 796–804.
61. Юридичний словник / За ред. Б. М. Бабія, Ф. Т. Бурчака, В. М. Корецького, В. В. Цветкова. К: Гол. ред. Української Радянської енциклопедії, 1983. 871 с.
62. Янчук Ю. В. Інформаційні відносини в мережі Інтернет: теоретико-правовий аспект. *Науковий фаховий журнал «Право і суспільство»* № 5 частина 2. 2017. URL: http://pravoisuspilstvo.org.ua/archive/2017/5_2017/part_2/35.pdf.
63. Directive on Electronic Commerce. (2000). Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal

Market. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex:32000L0031>

64. DYREKTYWA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY (UE) 2015/2366 z dnia 25 listopada 2015 r. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32015L2366&from=EN>

65. Electronic Commerce Agreement. (2000). Recommendation No. 31 adopted by the United Nations Centre for Trade Facilitation and Electronic Business (UN/CEFACT). URL: https://www.unece.org/fileadmin/DAM/cefact/recommendations/rec31/rec31_ecetrd257e.pdf

66. European Ecommerce Report 2017 – Ecommerce continues to prosper in Europe, but markets grow at different speeds. URL: <https://www.ecommerce-europe.eu/press-item/european-ecommerce-report-2017-released-ecommerce-continues-prosper-europe-markets-grow-different-speeds>

67. Kalakota R and Whinston A B (1997) Electronic Commerce: a managers guide (Mass: Addison Wesley), p. 380.

68. Kamiska, B. Iterative signal processing in anticipatory management of industrial enterprise development. *Virtual Economics*. 2018. 1(1). 53-65.

69. Kate Merton The World's Top Online Marketplaces 2020 p. URL: <https://www.webretailer.com/b/online-marketplaces/#Europe>

70. Lakhno, V., Malyukov, V., Bochulia, T., Hipters, Z., Kwilinski, A., & Tomashevskaja, O. (2018). Model of managing of the procedure of mutual financial investing in information technologies and smart city systems. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(8), 1802-1812.

71. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/302 z dnia 28 lutego 2018 r. w sprawie nieuzasadnionego blokowania geograficznego oraz innych form dyskryminacji klientów ze względu na przynależność państwową, miejsce zamieszkania lub miejsce prowadzenia działalności na rynku wewnętrznym oraz w sprawie zmiany rozporządzeń (WE) nr 2006/2004 oraz (UE) 2017/2394 i dyrektywy 2009/22/WE.

72. Zwass, V. Electronic Commerce: Structures and Issues. *International Journal of Electronic Commerce*. 1996. Vol. 1, Issue 1. P. 3-23.

73. Swindells, C. and Henderson, K. Legal regulation of electronic commerce. *Journal of Information, Law and Technology*, 1998 (3). URL: https://warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/1998_3/swindells

74. Tkachenko, V., Kwilinski, A., Korystin, O., Svyrydiuk, N., & Tkachenko, I. (2019). Assessment of information technologies influence on financial security of economy. *Journal of Security and Sustainability*, 8(3), 375-385.

75. UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce. (1996). With additional article 5 as adopted in 1998. URL: https://uncitral.un.org/en/texts/ecommerce/modellaw/electronic_commerce

76. Global Ecommerce Statistics and Trends to Launch Your Business Beyond Borders. URL: <https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-statistics#1>

77. Selling on Online Marketplaces: Best Platforms for Selling Your Products. URL: <https://www.bigcommerce.com/blog/online-marketplaces/#the-biggest-benefits-of-selling-on-online-marketplaces>

78. **The 7 Best E-Commerce Articles of 2019.** URL: <https://sleeknote.com/blog/best-e-commerce-articles-2020>

79. A Digital Agenda for Europe. URL: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/64/digital-agenda-for-europe>