

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

КАРПЕНКО АЛЛА АНАТОЛІЇВНА

Допускається до захисту:
завідувач кафедри теорії та історії
держави і права та
адміністративного права,
к.ю.н., доцент

_____ А.Є. Краковська
«_____» _____ 2020 р.

АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОН-ЛАЙН ТОРГІВЛІ

Спеціальність 081 Право

Магістерська робота

Керівник:

Міхайліна Т.В., професор кафедри теорії
та історії держави і права та адміністративного
права, д.ю.н., професор

Оцінка: _____ / _____ / _____
али/за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____
(підпис)

Вінниця – 2020

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Керівник: Міхайліна Т.В.

д.ю.н., професор кафедри теорії та історії
держави і права та адміністративного права

« 1 » вересня 2020 р.

МАГІСТЕРСЬКЕ ЗАВДАННЯ

здобувача вищої освіти 2 курсу СО «Магістр», групи «А»,
заочного відділення спеціальності «Право»

Карпенко Алли Анатоліївни

1. **Тема роботи:** Адміністративно-правове регулювання онлайн-торгівлі.
2. **Строк надання студентом роботи керівнику:** «20» листопада 2020р.
3. **Вихідні дані до роботи:** наукова література, нормативно-правові акти України та зарубіжних країн, практика застосування законодавства щодо адміністративно-правового регулювання онлайн-торгівлі.
4. **Робота виконується на базі:** кафедри теорії та історії держави і права та адміністративного права.
5. **Результати дослідження:** обґрунтування положень щодо удосконалення адміністративно-правового регулювання онлайн-торгівлі, Встановлено необхідність вдосконалення адміністративно-деліктного законодавства з урахуванням тенденцій розвитку платіжних систем та проведення більш глибоких досліджень об'єктивної сторони адміністративних правопорушень у сфері онлайн-торгівлі; аргументація створення закону про захист прав суб'єктів Інтернет-торгівлі.
6. **Область застосування результатів роботи:** наукова діяльність.

Тема магістерської роботи зареєстрована № 04/08 від 09.01.2020 р.

№ 400/08 від 15.09.2020 р.

Ст. лаборант кафедри _____ (підпис)

УЗГОДЖЕНО:

« 1 » вересня 2020 р.

Зав. кафедри

теорії та історії держави і права
та адміністративного права,

к.ю.н., доцент

А.Є. Краковська

АНОТАЦІЯ

Карпенко А.А. Адміністративно-правове регулювання он-лайн торгівлі. Магістерська робота. Спеціальність 081 «Право». Кафедра теорії та історії держави і права та адміністративного права. Донецький національний університет імені Василя Стуса Міністерства освіти і науки України. Вінниця, 2020 рік. – 97с.

В роботі проаналізовано особливості адміністративно-правового регулювання онлайн-торгівлі.

Проаналізовано найбільш важливі моменти процедури ведення електронної торгівлі та виокремлено її суб'єктів. Удосконалено систему державного регулювання онлайн-торгівлі. Розкрито особливості оподаткування електронної торгівлі. Проаналізовано проблемні аспекти адміністративно-правової відповідальності у сфері електронної торгівлі. Аргументовано створення закону про захист прав суб'єктів Інтернет-торгівлі. Встановлено необхідність вдосконалення адміністративно-деліктного законодавства з урахуванням тенденцій розвитку платіжних систем та проведення більш глибоких досліджень об'єктивної сторони адміністративних правопорушень у сфері онлайн-торгівлі.

Ключові слова: адміністративно-правове регулювання, онлайн-торгівля, електронна комерція, Інтернет, оподаткування.

Метадані роботи: таблиці і рисунки відсутні, кількість джерел – 98.

SUMMARY

Karpenko A.A. Administrative and Legal Regulation of Online Trade. Master's thesis. Specialty 081 «Law». Department of Theory and History of State and Law and Administrative Law. Vasyl' Stus Donetsk National University Ministry of Education and Science of Ukraine. Vinnytsia, 2020. – 97.

The peculiarities of administrative and legal regulation of online trade are analyzed in the work.

The most important aspects of the e-commerce procedure are analyzed and its subjects are singled out. The system of state regulation of online trade has been improved. The peculiarities of e-commerce taxation are revealed. Problematic aspects of administrative and legal responsibility in the field of e-commerce are analyzed. The creation of a law on the protection of the rights of Internet commerce entities has been argued. It is necessary to improve the administrative-tort legislation taking into account the trends in the development of payment systems and to conduct more in-depth studies of the objective side of administrative offenses in the field of online commerce.

Keywords: administrative and legal regulation, online trade, e-commerce, Internet, taxation.

Metadata works: tables and figures are missing, number of sources - 98.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ОНЛАЙН-ТОРГІВЛІ.....	8
1.1. Поняття, ознаки та види онлайн-торгівлі.....	8
1.2. Суб'єкти онлайн-торгівлі.....	24
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ОНЛАЙН-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ.....	34
2.1. Правова основа здійснення онлайн-торгівлі.....	34
2.2. Органи державної влади, які здійснюють регулювання електронної торгівлі.....	42
2.3. Особливості оподаткування електронної торгівлі.....	53
РОЗДІЛ 3. Підстави та проблемні аспекти адміністративно-правової відповідальності у сфері електронної торгівлі.....	65
ВИСНОВКИ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ.....	
ДОДАТКИ.....	

ВСТУП

Актуальність. Розвиток сучасних інформаційних технологій та доступ до ресурсів глобальних мереж відкрив нові можливості для електронної комерції. На сучасному етапі розвитку господарських зв'язків саме функціонування інформаційних мереж обумовлює правові та економічні засади розвитку держави.

В більшості країн світу електронна комерція набула значного поширення і відкрила неймовірні можливості для бізнесу та розвитку економіки. Щорічно глобальний ринок електронної комерції зростає. Активний розвиток онлайн-торгівлі, що для вітчизняного права є відносно новою сферою суспільних відносин, породив велику кількість теоретичних та практичних проблем. Так, зокрема, юридичні механізми, що були створені для регулювання традиційної підприємницької діяльності, виявилися непридатними для регламентації правовідносин, що виникли з появою Інтернету. Це зумовлює необхідність визначення норм поведінки, тобто особливих правових норм, що регулюють і закріплюють права, обов'язки, гарантії та відповідальність учасників цих відносин. Такий порядок необхідний усім учасникам відносин: підприємцям – для вигідного здійснення операцій, споживачам – для захисту їхніх законних прав, державі – для забезпечення покладених на неї функцій регулювання господарської діяльності, забезпечення поповнення державного бюджету, зокрема, шляхом впровадження та застосування ефективних механізмів оподаткування.

З подальшим розвитком комунікаційних технологій та поширенням онлайн-торгівлі для України проблема регулювання цієї сфери стає надзвичайно актуальною, адже наша країна характеризується недостатньо сприятливими умовами для розвитку Інтернет-комерції як у правовій, так і економічній площині.

Аналіз публікацій. Дослідження і вирішення проблем адміністративно-правового регулювання у сфері онлайн-торгівлі у теперішній час, безумовно,

має велике практичне значення. Окремі питання адміністративно-правового регулювання електронної торгівлі досліджували такі вітчизняні вчені, як Ю.С. Борищук, Т.В. Дубовик, А.В. Крохіна, С.С. Лисенко, А.М. Новицький, С.П. Познякова, С.П. Ріппу, В.С. Цимбалюк, Л.М. Янчева та інші. Однак, комплексне дослідження цієї проблематики за чинним законодавством України на даний час відсутнє та потребує більш детального аналізу.

Об'єктом дослідження є суспільні відносини, що виникають у сфері електронної торгівлі.

Предметом дослідження є адміністративно-правове регулювання онлайн-торгівлі.

Метою дослідження є аналіз теоретичних засад та головних напрямів розвитку адміністративно-правового регулювання онлайн-торгівлі в Україні.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні **завдання**:

- визначити поняття, ознаки та види онлайн-торгівлі;
- дослідити суб'єктів онлайн-торгівлі;
- розкрити правову основу здійснення онлайн-торгівлі;
- встановити органи державної влади, які здійснюють регулювання електронної торгівлі;
- проаналізувати особливості оподаткування електронної торгівлі;
- розкрити проблеми адміністративно-правової відповідальності у сфері електронної торгівлі.

Методологічна основа дослідження. В ході дослідження використовувались загальнонаукові методи пізнання, наукової індукції та дедукції, метод порівняння, синтезу й абстракції. Серед приватно-правових та спеціальних методів використовувалися формально-юридичний, порівняльно-правовий та статистичний методи.

Результати дослідження (положення, що виносяться на захист). В роботі обґрунтовано пропозиції щодо вдосконалення адміністративно-деліктного законодавства з урахуванням тенденцій розвитку платіжних систем

та проведення більш глибоких досліджень об'єктивної сторони адміністративних правопорушень у сфері онлайн-торгівлі та уточнення суб'єктів ведення електронної торгівлі. Удосконалено систему державного регулювання онлайн-торгівлі. Розкрито особливості оподаткування електронної торгівлі. Проаналізовано проблемні аспекти адміністративно-правової відповідальності у сфері електронної торгівлі. Аргументовано створення закону про захист прав суб'єктів Інтернет-торгівлі.

Практичне значення дослідження. Отримані в результаті дослідження висновки і практичні рекомендації можуть бути використані у законотворчій діяльності з метою удосконалення законодавчого забезпечення відносин, що складаються в сфері електронної торгівлі; у науковій сфері – для подальших наукових розробок, а також в освітньому процесі тощо.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження були обговорені і знайшли відображення у вигляді тез доповіді у збірнику матеріалів науково-практичної конференції на тему «Онлайн-торгівля: правові дилеми та аспекти співвідношення із суміжними категоріями».

Структура роботи визначається поставленими метою і завданнями. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, що включають у себе шість підрозділів, висновків та списку використаних посилань. Загальний обсяг роботи становить 97 сторінок, список використаних джерел містить 98 позицій.

РОЗДІЛ 1

ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ОНЛАЙН-ТОРГІВЛІ

1.1. Поняття, ознаки та види онлайн-торгівлі

Науковці при дослідженні питання онлайн-торгівлі не дійшли однозначного розуміння щодо цього поняття та застосовують поряд із ним поняття «електронна комерція» та «електронний бізнес». При цьому слід відмітити, що само поняття «онлайн-торгівля» зустрічається у науковій літературі вкрай рідко. Замість нього вживається поняття «електронна торгівля» або «Інтернет-торгівля», які можна вважати синонімами терміну «онлайн-торгівля».

У вітчизняній доктрині переважає розуміння електронної комерції (e-commerce, Інтернет-торгівля, електронна торгівля) як широкого набору інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів та послуг. Отже, під електронною комерцією розуміють будь-які форми ділових операцій, де сторони взаємодіють через електронні технології, а не в процесі фізичного обміну чи контакту [1, с. 112]. Проте, слід зауважити, що науковці у цьому питанні не дотримуються єдиного підходу.

Існуюче розмаїття визначень поняття «електронна комерція» спробували подолати у своєму дослідженні С.Ф. Легенчук та А.С. Скакун. Вони дійшли висновку, що, наприклад, польські дослідники більш однотайні у своєму визначенні і всі вони звертають увагу на те, що електронна комерція – це не лише електронна торгівля товарами та послугами за допомогою електронних засобів, а й увесь процес здійснення такої торгівлі, включаючи відповідальність сторін за невиконання зобов'язань [2]. Окрім того, існують окремі думки щодо визначення електронної комерції як частини господарської діяльності підприємства, яка забезпечує створення нових відносин між організаціями, споживачами, мережами, формами ринків [3].

Для того, щоб повністю розкрити зміст поняття «онлайн-торгівля» доцільно встановити співвідношення зазначеного поняття з іншими суміжними поняттями, а саме, з поняттями «електронна комерція» та «електронний бізнес».

На думку О. Гайдуліна, Ю. Козир, найбільш продуктивним для з'ясування предмета правового регулювання електронної комерції буде не заперечення різноманітних дефініцій заради встановлення одного поняття, а спроба впорядкувати базові, найбільш вживані поняття у цій сфері. Для цього слід звернути увагу на те, що такі поняття, як «електронна комерція», «електронна торгівля» та «електронний бізнес», – не є тотожними і конкуруючими поняттями. Так, під електронною торгівлею зазвичай розуміють лише відносини купівлі-продажу товарів. Електронна ж комерція – явище за змістом більш широке, ніж електронна торгівля, і охоплює не лише купівлю-продаж, а й надання послуг, виконання робіт тощо. Електронний бізнес – це не лише зобов'язальні правовідносини, що виникають між суб'єктами, а й усі супутні бізнесу відносини: маркетингові, інформаційні, адміністративні, господарські. На нашу думку, можна побудувати таке співвідношення: електронна торгівля охоплюється поняттям електронної комерції, а електронна комерція охоплюється поняттям електронного бізнесу [4, с. 99-100].

Офіційна лексика, яку використовують у своїх актах органи, наділені повноваженнями регулювання сфери електронної комерції, це підтверджує. Для більш докладного з'ясування можна розглянути акти, які видає у США спеціальний орган Federal Trade Commission (FTC), що регулює сферу електронної комерції [5].

Також варто згадати CAN-SPAM Act (2003), який встановив національні стандарти продажу через електронну пошту. У Великій Британії створено Financial Services Authority (FSA), який базувався на основі Директиви Європейського Союзу Payment Services Directive (PSD). У Китаї питаннями електронної комерції займається Міністерство промисловості та

інформаційних технологій (Ministry of Industry and Information Technology). Причому розвиток електронної торгівлі у її традиційному значенні розпочався у Китаї з прийняттям закону про електронні підписи (The Electronic Signature Law) [6].

Важливим аспектом розвитку електронної комерції є культурно-правова традиція, в якій розвиваються дані правовідносини. Зокрема, у англо-американській традиції розвиток відбувається у напрямі не уніфікації, а гармонізації основних положень, створення певного базису для подальшого розвитку. Ліберальна культура спрямована на розвиток особистості (personality), а не на намагання уніфікувати правове регулювання – закон у його широкому розумінні йде в ногу з часом. Тоді як романо-германська традиція передбачає прийняття законодавства, яке може обмежувати або не передбачати здійснення певних видів діяльності. Окрім того, законодавчі акти тут урегульовують ті, які вже об'єктивно існують, і ніколи не передбачають правового регулювання прогнозованих відносин. Тому відбувається лише закріплення існуючих у суспільстві відносин, їх «державне визнання». У сфері електронної комерції це проявляється особливо яскраво, адже завдяки новітнім технологіям ці відносини розвиваються настільки швидко, що легіслатура не встигає за ними. У сфері електронної комерції, на нашу думку, регулювання має бути спрямовано на розвиток приватноправового, а не публічно-правового регулювання. Саме тому правовий інститут електронної комерції має формуватися переважно не шляхом створення уніфікованих правил, а через гармонізацію диспозитивних та дискреційних процедур саморегулювання [4, с. 100].

Л. Нескороджена зазначає, що досліджувати питання визначення сутності поняття «електронна торгівля» варто як з юридичної точки зору, так і з економічної, адже саме по собі поняття «торгівля» передбачає економічну складову. З аналізу ст. 3 Господарського кодексу України (далі – ГК України) [7], яка визначає поняття господарської діяльності як «діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямовану на

виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність», можна зробити висновок, що електронна торгівля є різновидом господарської діяльності, в процесі якої укладаються договори в електронній формі щодо реальних та віртуальних товарів [8, с. 18].

О. Зубатенко, проаналізувавши поняття «електронна комерція» у контексті Закону України «Про електронну комерцію», зазначає, що у вищевказаному Законі під електронною комерцією розуміється коло правовідносин у певній сфері, які виникають між суб'єктами цих відносин за допомогою мережі Інтернет із метою отримання прибутку. Електронна торгівля визначається як частина електронної комерції, а саме – господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем. Висновок про те, що електронна комерція по суті є господарсько-торговельною діяльністю, яка здійснюється з метою отримання прибутку, тобто підприємництвом або господарською комерційною діяльністю, дозволяє стверджувати, що термін «електронна комерція», вжитий у назві і тексті Закону України «Про електронну комерцію», не зовсім вдалий, бо, по-перше, містить термін «комерція», який взагалі не визначений законодавством України, що може внести плутанину та неоднозначне трактування у правозастосовній та судовій практиці. По-друге, його застосування не розкриває суті, звужує предмет правового регулювання Закону лише до електронної торговельної діяльності (Інтернет-торгівлі), хоча у Законі врегульовано значний масив відносин, пов'язаних із веденням взагалі господарської комерційної діяльності (підприємництва) із застосуванням інформаційно-телекомунікаційних систем, що є своєчасним і затребуваним бізнесом в умовах інтеграції в європейський економічний простір, а саме: визначене коло правочинів, на які поширюється та не поширюється дія цього Закону, видів послуг, що належать і не належать до інформаційних електронних послуг, учасників у сфері електронної комерції

та закріплено їх правовий статус; визначено особливості порядку вчинення електронних правочинів, укладення електронного договору тощо [9, с. 33].

Саме на запровадження єдиного підходу до державного регулювання суспільних відносин, що виникають при дистанційному укладанні правочинів із купівлі-продажу товарів та/або постачання товарів, виконання робіт і надання послуг, а також пов'язані з ними юридичні дії із застосуванням електронних інформаційно-комунікаційних засобів і технологій було направлено прийняття Закону «Про електронну комерцію», про що вказувалося у Пояснювальній записці до проекту Закону № 0957 від 27 листопада 2014 року [10]. Тобто, при розробці проекту Закону малося на увазі, що дія його норм буде стосуватися не тільки Інтернет-торгівлі, а більш широкого кола питань ведення підприємницької діяльності із застосуванням Інтернет-технологій.

Всі думки науковців щодо визначення онлайн-торгівлі можна умовно поділити на три групи.

Перша здійснює розмежування електронної торгівлі на «електронну торгівлю», «електронну комерцію» чи «електронний бізнес». Так, І.О. Шалева під поняттям «електронний бізнес» розуміє будь-яку ділову активність із використанням глобальних інформаційних мереж для модифікації внутрішніх та зовнішніх зв'язків фірми з метою одержання прибутку, та зазначає, що основною складовою електронного бізнесу є електронна комерція. Під електронною комерцією І.О. Шалева розуміє комерційну взаємодію 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), та відносить до неї електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI), електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EDF), електронну торгівлю (E-trade), обіг електронних грошей (E-cash), електронний маркетинг (E-marketing), електронний банкінг (E-banking), електронні страхові послуги (E-Insurance) тощо [11, с. 9–10]. Як бачимо, І.О. Шалева встановлює

схематичний взаємозв'язок: електронний бізнес – електронна комерція – електронна торгівля.

Фактично ту ж саму схему наводить і Р.Ю. Царьов, який під електронною комерцією розуміє будь-яку транзакцію, яка здійснюється через комп'ютерну мережу, внаслідок якої право власності або право використання товаром або послугою було передано від однієї особи до іншої. Електронна комерція, на думку Р.Ю. Царьова, є складовою електронного бізнесу, тобто будь-якого процесу, який будь-яка організація проводить за допомогою мережі пов'язаних між собою терміналів (комп'ютерів, телефонів) [12, с. 10–11]. Такої ж думки дотримується І.Б. Федішин, який розмежовує електронну комерцію та електронний бізнес. На його думку, електронний бізнес – це вид економічної діяльності компаній через комп'ютерні мережі, зокрема, Internet, з метою отримання прибутку. Це електронна економічна діяльність, яка здійснюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій з метою отримання прибутків. Електронна комерція є такою, що становить е-бізнес, це один із способів його здійснення. Електронна комерція (e-commerce) – вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційних комунікаційних технологій. Електронна комерція передбачає: відкриття Web-сайтів компанії і віртуальної крамниці в Internet; наявність автоматизованої системи управління компанією; використання електронної реклами і маркетингу; використання певної моделі бізнес-взаємодії [13, с. 8–9]. А.А. Маєвська зазначає, що електронна комерція є окремим випадком електронного бізнесу та вважає, що це широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів та послуг. Загалом же А.А. Маєвська під електронною комерцією розуміє використання електронних комунікацій та технологій обробки цифрової інформації для встановлення та змін відносин створення вартості між організаціями та між організаціями і індивідами [1, с. 16]. Д.Д. Євтушенко пропонує визначити електронний бізнес як вид підприємництва, який здійснюється на основі інформаційних технологій для перетворення зв'язків підприємства з постачальниками, партнерами і

клієнтами, з метою поліпшення загальної ефективності бізнесу та вдосконалення бізнес-процесів (виробництва, управління запасами, розробки продукту, управління ризиками, фінансів, управління знаннями та людськими ресурсами). Електронну комерцію науковець пропонує визначити як сукупність всіх операцій між підприємством і всіма контрагентами, здійснених за допомогою інформаційних технологій з метою автоматизації бізнес-процесів для оптимізації витрат і збільшення економічної ефективності бізнесу. Електронна комерція охоплює відносини управління персоналом; оформлення, виконання та оплати замовлень; співпрацю з постачальниками, фінансовими установами, державними та місцевими органами влади [14, с. 185–187]. В.М. Желіховський зазначає, що поняття «електронна торгівля», «електронний бізнес» включають, окрім електронної комерції, такі види діяльності, як рекламу, проведення маркетингових досліджень, підтримку зв'язків із постачальниками і користувачами, організацію документообігу тощо. Частиною цього бізнесу є і так званий Internet-banking (тобто можливість користуватися послугами через мережу Internet) [15, с. 9]. Як підсумок, А.В. Кот та Д.С. Антоненко зазначають, що електронна комерція – це вид економічної діяльності, сутність якої полягає у здійсненні різноманітних господарських операцій між суб'єктами комерційної діяльності у віртуальному просторі, тобто із застосуванням мережі Інтернет та інших інтерактивних можливостей [16, с. 31].

Друга група науковців розмежовує лише поняття «онлайн-торгівля» і «електронна комерція», зазначаючи що поняття «бізнесу» в себе включає всі господарські операції суб'єкта господарювання, відповідно розглядати та розмежовувати електронну торгівлю на електронний бізнес та електронну торгівлю немає сенсу. Так, американські вчені А. Саммер та Гр. Дункан під електронною комерцією розуміють будь-яку форму бізнес-процесу, в якому взаємодія між суб'єктами відбувається електронним шляхом з використанням Інтернет-технологій, а під електронною торгівлею – процес купівлі-продажу товарів чи послуг, за якого весь цикл комерційної транзакції чи його частина

здійснюється електронним шляхом [17, с. 23]. О.Ю. Кудіна зазначає, що електронна торгівля охоплює весь процес товарно-грошового обміну, реалізованого електронним способом, а не лише ту його частину, яка безпосередньо пов'язана з купівлею-продажем [18, с. 197]. К.Ю. Іванова вважає, що електронна комерція за своєю сутністю та спрямованістю не відрізняється від традиційної торгівлі (у широкому економічному значенні), оскільки є результатом еволюційного розвитку останньої, а використання учасниками ІКТ дозволяє характеризувати її як новий (порівняно із традиційним) спосіб здійснення господарської діяльності [19, с. 138]. М.М. Дутов електронну комерцію розглядає як одну із сучасних форм організації і здійснення господарської, переважно банківської і торговельної, діяльності, відмінною рисою якої є використання загальнодоступних інформаційних систем та комп'ютерних мереж, об'єднаних Інтернетом [20, с. 1]. Варто погодитися з С.В. Маловичко, який зазначає, що електронна торгівля та електронна комерція мають багато спільних точок дотику щодо розуміння їх сутності та значення. Однак було б не вірно змішувати ці поняття в одну категорію. Адже електронна комерція, якщо розглядати її глобально, може бути співставлена з терміном «електронний бізнес» як підприємницька діяльність суб'єктів економічних відносин. Електронна торгівля такого співставлення не витримує. З іншого боку, електронна комерція в більш локальному значенні, – як процес обміну, купівлі, продажу товарів та послуг із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій, – може бути рівнозначна електронній торгівлі, а остання – розглядатися як окремий випадок електронної комерції [21, с. 36]. Крім того, варто погодитися і з В. Резніковою, яка вважає, що терміни «електронна торгівля» і «електронна комерція» в економіко-правовій доктрині застосовуються рівнозначно, адже ці терміни фактично виникли у зв'язку з тим, що перекладачі документів ООН в сфері електронної комерції з англійської мови використали термін «торгівля», хоча в усьому світі використовується термін «комерція» [22, с. 60].

Третя група науковців розглядає електронну торгівлю як сферу вчинення правочинів в електронній формі. Так, А.В. Чучковська електронну комерцію визначає як систему взаємопов'язаних правовідносин у сфері вчинення правочинів шляхом обміну електронними документами, який здійснюється за допомогою використання мереж електрозв'язку, зокрема Інтернет. Разом з тим, зазначений науковець вказує на ознаки електронної комерції, які відрізняють цей вид діяльності від інших видів господарської діяльності: а) електронна комерція є комплексним, системним поняттям, що охоплює правовідносини у сфері вчинення правочинів, у сфері електронного документу та електронного документообігу, у сфері використання електронних підписів; б) для електронної комерції мережі електрозв'язку є, перш за все, середовищем вчинення правочинів; в) електронна комерція не пов'язується з використанням якоїсь однієї чітко встановленої мережі електрозв'язку; г) перелік правочинів, які можуть вчинятися із використанням мереж електрозв'язку, доцільно визначити як невичерпний та встановити, як загальне правило, положення про загальнодозвільний порядок вчинення правочинів із використанням електронних засобів зв'язку [23, с. 5]. О. Мервінський зазначає, що сутність електронної комерції полягає у відносинах, спрямованих на отримання прибутку, які виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснених дистанційно із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого у учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру. Тобто сфера електронної комерції має дві складові: взаємовідносини суб'єктів господарювання та фізичних осіб і внутрішню взаємодію різних суб'єктів господарювання [24, с. 35]. І.І. Помінова також електронну торгівлю визначає як здійснення угод (тобто купівлі й продаж товарів і послуг або переговори щодо купівлі й продажу) за допомогою електронних грошей або через електронні мережі [25, с. 236]. Фактично те ж саме стверджує і Ю.О. Борисова, яка під електронною комерцією розуміє сукупність дій фізичних та юридичних осіб із вчинення

електронних правочинів (укладання договорів) і які мають на меті отримання матеріальної вигоди [26, с. 4].

Щодо ознак електронної торгівлі, то вчені загалом солідарні в тому, що для цього виду діяльності характерними є ознаки підприємницької (комерційної) діяльності з тим лише застереженням, що провадиться цей вид діяльності через мережу Інтернет [22, с. 62].

Так, наприклад, М. Дутов, розглядаючи електронну комерцію як одну із сучасних форм організації та здійснення господарської (переважно, торговельної і банківської) діяльності, відмітною рисою її називає використання загальнодоступних інформаційних систем та комп'ютерних мереж, об'єднаних Інтернетом [20, с. 3].

Натомість, Ю. Борисова переконана в тому, що: а) явище електронної комерції не можна розглядати лише в тісному зв'язку з мережею Інтернет, іншими мережами, а також із обмеженим переліком електронних засобів зв'язку, позаяк такий перелік постійно розширюється (отже, потрібно мати на увазі, що й «мобільна комерція» є різновидом електронної комерції); б) не варто прив'язувати електронну комерцію до електронного документообігу, що на сьогодні є одним, але не єдиним способом вчинення правочинів у сфері електронної комерції [26].

А. Жарова, М. Дем'янець та В. Єлін вбачають відмітні ознаки електронної комерції в тому, що в реальному середовищі налагоджена процесуальна та матеріальна система визнання юридичної сили (дійсності) угод, у той час як в електронному середовищі залишаються невирішеними певні проблеми, такі як [27]: підтвердження отримання акцепту чи іншої комп'ютерної інформації, зокрема й рекламного характеру, переданої засобом інформаційних технологій, а також проблема індивідуалізації суб'єкта, що провадить діяльність у мережі; застосування як електронного підпису, так й інших аналогів власноручного підпису; вибір законодавства, яке належить застосовувати до випадків виникнення спорів, оскільки мережа є транскордонною; класифікація відносин, пов'язаних із застосуванням нових

інформаційних технологій. На тому, що правовідносини (й комерційні також) у мережі Інтернет мають екстранаціональний характер, тобто виходять за межі як внутрішньої компетенції, так і територіальних кордонів держав, звертає увагу й К. Шахбазян [28]. А. Маєвська також зазначає, що питання природи кордонів тут є ключовим, оскільки жодна країна не має юрисдикції та не несе відповідальності юридичної від імені мережі Інтернет, – це міжнародне середовище, яке працює за допомогою практично всіх країн світу. Інтернаціональний характер мережі Інтернет, на думку авторки, спричиняє ряд проблем, пов'язаних із застосуванням національних законодавств. Наприклад, якщо ділові партнери живуть у різних країнах і ведуть бізнес (проводять господарську діяльність) через Інтернет, законодавством якої саме країни повинні регулюватися пов'язані з цим аспектом відносини? Якщо громадянин України живе в Німеччині, зареєстрував підприємств у США, а вебсайт – у колумбійській зоні, його партнери перебувають у Таїланді, а сайт використовується для торгівлі наркотиками – за законодавством якої країни він повинен відповідати за скоєне? Лише один приклад: у 1999 р. проти AMAZON.com було подано судовий позов, за яким компанія звинувачувалась у продажі забороненої літератури на території Німеччини (в країні заборонена книга А. Гітлера «Майн Кампф» та інші нацистські твори). Компанія аргументувала свою відповідь на позов так: клієнти з інших країн, які замовляють книги на її сайті, повинні розглядатись як туристи, які самі несуть відповідальність за ввезення книжок до своєї країни [1; 29].

Н. Потапова визначає наступні особливості проведення онлайн-торговельних операцій: можливість ведення обліку операцій з використанням хмарних технологій та розподіленої обробки даних; віртуальна пропозиція товарів підкріплена відповідними графічними об'єктами та веб-ресурсами; невеликі розміри площ для зберігання товарів; високий рівень забезпечення інформаційними технологіями комунікації з клієнтами; високий рівень інтеграції з іншими сервісами (контроль ланцюга просування товару, вхід у віртуальні соціальні мережі, платіжні схеми та ін.); проведення операцій без

«територіальної прив'язки» (віртуальні ланцюги операцій функціонують у віртуальному просторі); мобільність проведення операцій при керуванні взаєминами із клієнтами; усунення психологічних бар'єрів між продавцем і покупцем при віртуальному спілкуванні [30, с. 66].

Онлайн-торгівлю можна забезпечити різними електронними пристроями, у зв'язку з цим її розділяють на такі види:

- M-commerce (Mobile commerce) – комерція з використанням послуг мобільного зв'язку;
- T-commerce (Television commerce) – комерція з використанням інтерактивного цифрового телебачення;
- V-commerce (Voice commerce) – голосова комерція. Це автоматизовані транзакції в Інтернет, які здійснюються через голосові портали за допомогою комп'ютера або телефону завдяки голосовим командам. Голосові портали, наприклад, брокерські системи, можуть керувати домашніми пристроями через Інтернет;
- U-commerce (universal commerce) – універсальна комерція – це можливості здійснювати комерційні дії електронним пристроєм у будь-який час;
- D-commerce (dynamical commerce) – динамічна комерція – це динамічне ціноутворення, яке дозволяє продавцям досягти найвищої прозорості операцій і проводити електронні транзакції на найвигідніших умовах [31, с. 41].

За об'єктами і суб'єктами онлайн-торгівля підрозділяється на: 1) B2B (бізнес – бізнесу); 2) B2G (бізнес – державі); 3) B2C (бізнес – клієнту); 4) C2C (клієнт – клієнту); 5) G2B (державна – бізнесу). Дані види електронної комерції, крім того, є основними напрямками електронної комерції. Але при цьому існують ще різновиди: B2A (бізнес – адміністрації); A2B (адміністрація – бізнесу); це відповідно рівно B2G і G2B, B2B [32].

Бізнес для бізнесу (business-to-business) – термін, що означає що-небудь, пов'язане або призначене для ділових стосунків між корпоративними

партнерами. Іншими словами, B2B – це стосунки між виробниками, які пропонують бізнесменам свою продукцію/послуги оптом. А бізнесмени, у свою чергу, пропонують свою продукцію кінцевим покупцям (B2C). Зазвичай мається на увазі B2B маркетинг, на відміну від B2C маркетингу, орієнтованого на роздрібний ринок, а також системи електронної комерції, в яких як суб'єкти процесів продажу і покупки виступають юридичні особи (підприємства, організації). Основне завдання систем B2B – підвищення ефективності взаємодії компаній на ринку [32].

B2B системами називаються апаратно-програмні комплекси, що дозволяють підтримувати бізнес-стосунки між підприємствами перш за все в області збуту і матеріально-технічного обслуговування.

B2B системи можна розділити на наступні типи:

- корпоративний сайт компанії, призначений для спілкування з партнерами і контрагентами, містить інформацію про компанію, персонал, керівництво, продукцію, опис послуг;
- on-line-магазин призначений для збуту продукції, може бути вбудований у корпоративний сайт (він дозволяє розміщувати замовлення, проводити електронні платежі, забезпечувати доставку;
- служба закупівель постачання – шукає постачальників, отримує комерційні пропозиції, здійснює електронні платежі, контролює виконання замовлень;
- інформаційний сайт, призначений для розміщення інформації про галузь, компанії, що входять до неї, параметри стану ринку, галузеві стандарти;
- брокерські сайти, що виконують роль посередників між покупцями і продавцями;
- електронні торгівельні майданчики (ЕТП), призначені для безпосередньої організації on-line-діяльності фахівців, служби збуту і постачання. ЕТП, як правило, виконуються у вигляді окремого сайту, і на них створюються робочі місця для надання користувачеві цілого ряду послуг [32].

B2G (business-to-government) – стосунки між бізнесом і державою. Звичайно термін використовується для класифікації систем електронної комерції. Прикладом B2G-систем можуть служити системи електронних держзакупівель [32].

B2C (Business-to-Consumer) – термін, що позначає комерційні взаємини між організацією (Business) і приватним, так званим, «кінцевим» споживачем (Consumer). Часто використовується для опису діяльності, яку веде підприємство, тобто в даному випадку, – продаж товарів і послуг, безпосередньо призначених для кінцевого використання. Разом з цим терміном існують інші, що також позначають різні види стосунків, як комерційного, так і некомерційного характеру, наприклад: B2B (Business-to-Business) – „взаємини між комерційними організаціями”, C2C (Customer-to-Customer) – „взаємини між споживачами”, B2G (Business-to-Government) – „взаємини між організацією і урядом” і т.д. Ці терміни широко використовуються в англomовному середовищі, як в теоретичних працях на тему ділового адміністрування, так і в повсякденному діловому спілкуванні [32].

C2C «Consumer-to-Consumer» – форма електронної торгівлі, яка полягає в продажі товарів і послуг між споживачами. В даному випадку сайт виступає в ролі посередника між покупцем і продавцем. Як приклад можна привести www.molotok.ru – один з провідних російських або www.aucro.ua – український аукціон, або E-Bay [32].

Менш відомі напрями електронній комерції, що реалізуються за участю державних органів і установ:

G2G (government-to-government) – автоматизація стосунків і документообігу між державними відомствами. Для взаємодії і інформаційного обміну між відомствами необхідне використання загальнонаціональних стандартів. У ряді країн такі стандарти існують. У Великобританії, зокрема, це стандарт e-GI (e-Government Interoperability Framework), заснований на XML. Взаємодії типа G2G можуть проходити в електронній формі не лише між

відомствами однієї держави, але і між відомствами різних держав. Деякі міжнародні організації вже займаються стандартизацією форматів документів для різних форм міждержавної взаємодії. Наприклад, UN ECE (United Nations Economic Commission for Europe) – Європейська економічна комісія ООН) розробила стандарт документів для міжнародної торгівлі – UNeDocs (EN), що також базується на XML. Учасниками взаємообміну по UNeDocs можуть бути, зокрема, митні служби різних держав (хоча цим вживання стандарту не обмежується) [32].

B2G (business-to-government) – надання комерційними компаніями товарів і послуг державним установам. Цей напрям реалізується останнім часом у використанні урядами розвинених країн мережі Internet для проведення закупівель (від публікації оголошень до публікації результатів операцій). Так, у США держзакупівлі через Internet в 2014 р. склали 170 млрд. дол. При цьому, об'єм дрібних контрактів без проведення тендеру – 48 млрд. дол. Реалізація цього напрямку може здійснюватися за допомогою B2G-торгівельних майданчиків, на яких проводяться тендери або аукціони [32].

G2B (government-to-business) – напрям, що передбачає надання послуг державними органами бізнес-організаціям і включає: автоматизацію розрахунків по податках, сертифікації, надання інформації щодо законодавства та ін.

G2C (government-to-consumer) – напрям, що передбачає надання урядовими установами послуг кінцевим споживачам через Internet. Особливістю такого напрямку електронній комерції є те, що оплата послуг державних установ здійснюється заздалегідь (за рахунок податків). На сьогоднішній день цей напрям найменш розвинений, проте має досить високий потенціал, особливо у соціальній і податковій сферах. Серед послуг, які можуть надаватися державою громадянам через Internet можна назвати: заповнення податкових декларацій і збір податків; реєстрація транспорту; оплата квитанцій за комунальні послуги і штрафів; надання інформації по питаннях законодавства (правові бази даних) та інші.

C2G (consumer-to-government) – напрям, який передбачає надання громадянами послуг державі. Прикладами можуть бути: електронне голосування; опити громадської думки та ін. [32].

На підставі зазначеного, можна зробити наступні висновки: визначення понять у сфері електронної комерції є необхідним з метою формування належної концепції щодо розуміння сутності електронної торгівлі. Всі думки науковців щодо визначення онлайн-торгівлі (електронної торгівлі) можна умовно поділити на три групи. Перша здійснює розмежування електронної торгівлі на «електронну торгівлю», «електронну комерцію» чи «електронний бізнес». Друга група науковців розмежовує лише поняття «електронна торгівля» і «електронна комерція», зазначаючи що поняття «бізнесу» в себе включає всі господарські операції суб'єкта господарювання, відповідно, розділяти електронну торгівлю на електронний бізнес та електронну торгівлю немає сенсу. Третя група науковців розглядає електронну торгівлю як сферу вчинення правочинів в електронній формі.

Отже, поняття «електронна торгівля» або «Інтернет-торгівля» є синонімами терміну «онлайн-торгівля», яку можна розглядати як процес купівлі-продажу за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, результатом якого є правочин, укладений в електронній формі.

Щодо ознак електронної торгівлі, то для цього виду діяльності характерними є ознаки підприємницької (комерційної) діяльності з тим лише застереженням, що провадиться цей вид діяльності через мережу Інтернет.

Залежно від електронних пристроїв, якими можна забезпечити онлайн-торгівлю, її розділяють на такі види: комерція з використанням послуг мобільного зв'язку; комерція з використанням інтерактивного цифрового телебачення; голосова комерція; універсальна комерція; динамічна комерція.

За об'єктами і суб'єктами онлайн-торгівля підрозділяється на: 1) B2B (бізнес – бізнесу); 2) B2G (бізнес – державі); 3) B2C (бізнес – клієнту); 4) C2C (клієнт – клієнту); 5) G2B (державна – бізнесу).

1.2. Суб'єкти онлайн-торгівлі

Учасниками будь-яких правовідносин є суб'єкти права, під якими розуміються люди та їх об'єднання, що виступають як носії передбачених законом прав та обов'язків. Коло суб'єктів права залежить від волі держави [33, с. 143].

Суб'єктами права є особи чи організації, за якими законом визнана особлива юридична якість правосуб'єктності, що дає можливість брати участь в різноманітних правовідносинах з іншими особами та організаціями [34, с. 241].

Суб'єкт правовідносин деякими авторами визначається як особа, яка бере участь у правовідносинах та наділена суб'єктивними правами та юридичними обов'язками. Інші автори визначають, що суб'єкт правовідносин – це окремі люди або організації, які у відповідності до норм права наділені здатністю бути учасниками правовідносин. Суб'єктами правовідносин виступають право- та дієздатні фізичні особи, юридичні особи та держава в цілому [35, с. 92].

Аналізуючи наведені визначення, можна дійти висновку, що за наявності різноманітних поглядів та думок, визначаються спільні для суб'єктів правовідносин риси: 1) суб'єкти правовідносин – це особи, що реально існують, наділені волею та здатні цю волю виразити; 2) суб'єкти правовідносин наділені суб'єктивними правами та юридичними обов'язками.

Дослідники по-різному підходять до розкриття кола суб'єктів правовідносин у сфері електронної торгівлі. Зокрема А.М. Зеліско, Р.І. Байцар розкривають перелік суб'єктів через аналіз їх взаємодії та зазначає, що у рамках онлайн-торгівлі постійно відбувається взаємодія між чотирма постійними суб'єктами:

1. клієнти – це споживачі товарів або послуг, які вони можуть придбати;
2. бізнес-організації – це будь-яке підприємство, яке здійснює повністю або частково свою діяльність за допомогою інформаційних мереж, тобто займається електронною комерцією;

3. фінансові установи – це організації, які надають послуги, пов'язані з пересування фінансових потоків, насамперед – це банки;

4. держава – визначає правила ведення електронного бізнесу та здійснює загальне його регулювання [36, с. 40].

А. Шаблієнко виділяє:

1) загальні суб'єкти: будь-які учасники цивільних правовідносин, передбачені ст. 2 ЦК України, а саме, юридичні та фізичні особи, держава Україна, Автономна Республіка Крим, територіальні громади, іноземні держави й інші суб'єкти публічного права, всі, хто є замовниками та постачальниками товарів або послуг через мережу Інтернет [37];

2) спеціальні (інституційні) суб'єкти: оператори (провайдери) телекомунікацій; оператори платіжних систем; центри засвідчення (підтвердження) електронно-цифрових підписів; реєстратори й адміністратори, що присвоюють мережеві ідентифікатори; хостинг-провайдери [38, с. 89].

Відповідно до п. 1 ст. 2 ЦК України, учасниками цивільних відносин є фізичні особи та юридичні особи. У п. 2 ст. 2 ЦК України учасниками цивільних відносин визначено: державу Україна, Автономну Республіку Крим, територіальні громади, іноземні держави та інших суб'єктів публічного права. Згідно зі ст. 24 ЦК України, фізичною особою як учасником цивільних правовідносин є людина. Як зазначається у коментарі до ЦК України, визнання учасником цивільних відносин фізичної особи, а не громадянина, як це передбачено в Цивільному кодексі 1963 р., певним чином підкреслює те, що громадянство як правовий зв'язок між фізичною особою та державою в цивільних відносинах не має визначального характеру, а всі фізичні особи незалежно від громадянства апріорі можуть бути учасниками цивільних правовідносин, адже ця їх здатність є природною [39]. Ця норма найвдаліше застосовується в тих відносинах, які складаються в глобальній мережі Інтернет. Адже Інтернет має транскордонний характер, у якому угода може укладатися за участю суб'єктів із зовсім різних країн.

Відповідно до ст. 6 Закону України «Про електронну комерцію», учасниками відносин у сфері електронної комерції є суб'єкти електронної комерції, постачальники послуг проміжного характеру в інформаційній сфері, органи державної влади та органи місцевого самоврядування в частині виконання ними функцій держави або місцевого самоврядування. Постачальниками послуг проміжного характеру в інформаційній сфері є оператори (провайдери) телекомунікацій, оператори послуг платіжної інфраструктури, реєстратори (адміністратори), що присвоюють мережеві ідентифікатори, та інші суб'єкти, що забезпечують передачу та зберігання інформації з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

Важливим питанням є проблема визначення правоздатності фізичних осіб в електронній комерції, адже відповідно до статей 31, 32, 36 ЦК України, діють обмеження щодо можливості фізичних осіб вчиняти певні правочини. А згідно зі ст. 34 ЦК України, повну цивільну дієздатність має фізична особа, що досягла 18 років. Зважаючи на те, що будь-які дії, що вчиняються в мережі Інтернет, відбуваються без фізичної зустрічі сторін, слід відмітити, що перевірка дієздатності може відбуватися лише в разі використання електронно-цифрового підпису.

Щодо юридичної особи, ст. 80 ЦК України визначає її як організацію, створену та зареєстровану у встановленому законом порядку, що наділяється цивільною правоздатністю та дієздатністю і може бути позивачем та відповідачем в суді.

Відповідно до ст. 91 ЦК України, юридична особа здатна мати такі ж цивільні права та обов'язки (цивільну правоздатність), як і фізична особа, крім тих, які за своєю природою можуть належати лише людині. У юридичної особи правоздатність і дієздатність виникають одночасно з моменту її створення та припиняються також одночасно з дня внесення відомостей в єдиний державний реєстр про її припинення.

Крім цього, згідно ст. 92 ЦК України, юридична особа набуває цивільних прав і обов'язків та здійснює їх через свої органи, які діють

відповідно до установчих документів і закону.

Беручи до уваги вищезазначене, виникає питання щодо встановлення факту реєстрації юридичної особи та права представляти юридичну особу. Адже через Інтернет важко встановити такі факти, виходом може бути лише застосування електронного цифрового підпису, адже використовуючи його, контрагенти будуть мати всі правові підстави вважати правочин дійсним, тим паче, можна презюмувати, що електронно-цифровий підпис перебуває в особи, яка має право представляти юридичну особу у правовідносинах [38, с. 85].

Для того, щоб стати суб'єктом правовідносин у сфері електронної торгівлі, відповідно до визначення, необхідно мати доступ до всесвітньої інформаційної системи загального доступу, що логічно зв'язана глобальним адресним простором та базується на Інтернет-протоколі, визначеному міжнародними стандартами. Такий доступ можуть забезпечити оператори та провайдери телекомунікацій [38, с. 85].

Відповідно до Закону України «Про телекомунікації» від 18.11.2003 р., № 1280-IV, оператором телекомунікацій є суб'єкт господарювання, який має право на здійснення діяльності у сфері телекомунікацій із правом на технічне обслуговування та експлуатацію телекомунікаційних мереж [40]. Таке ж визначення наводиться і в Постанові Кабінету Міністрів України «Про затвердження Правил надання та отримання телекомунікаційних послуг» від 11.04.2012 р., № 295 [41].

Провайдером телекомунікацій, згідно із Законом України «Про телекомунікації» від 18.11.2003 р., № 1280-IV, є суб'єкт господарювання, що має право на здійснення діяльності у сфері телекомунікацій без права на технічне обслуговування та експлуатацію телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Правил надання та отримання телекомунікаційних послуг» повторює вищенаведене визначення провайдера телекомунікацій.

Для ведення комерційної діяльності в мережі Інтернет необхідно мати власне веб-представництво – вебсайт, звідно, з огляду на характер такої комерційної діяльності. Для розміщення веб-сайту необхідно зареєструвати його найменування – домен (доменне ім'я), та отримати місце під його розміщення – хостинг. Поняття доменного імені вперше наводиться в Законі України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12.1993 р., № 3689-XII – це ім'я, що використовується для адресації комп'ютерів і ресурсів в Інтернеті [42]. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку підключення до глобальних мереж передачі даних» від 12.04.2002 р., № 522 розрізняє поняття домену та доменного імені [43]. Зокрема, доменне ім'я – це буквено-цифровий вираз, що ідентифікує будь-який комп'ютер абонента в мережі Інтернет, а домен це частина адресного простору в мережі Інтернет, призначена для ідентифікації комп'ютера або групи комп'ютерів. Згідно Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку підключення до глобальних мереж передачі даних» від 12.04.2002 р., № 522 домени поділяються на домени верхнього рівня та піддомени або домени нижчих рівнів. Проте Закон України «Про телекомунікації» не містить поняття доменного імені, а під поняттям «домен» розуміють частину ієрархічного адресного простору мережі Інтернет, котра має унікальну назву, що її ідентифікує, обслуговується групою серверів доменних імен і централізовано адмініструється. Роль реєстратора для кореневого домену виконує організація Internet Corporation of Assigned Names and Numbers («Інтернет-корпорація з присвоєння імен та номерів»). Саме вона здійснює акредитацією реєстраторів, а також доглядає за виконанням ними своїх функцій.

Для української зони – UA – такою організацією є ТОВ «Хостмайстер», утворене 21.02.2001 р. на базі неформального товариства UA NCG, основною метою якої є практичне втілення принципів діяльності адміністратора .UA ccTLD, відповідно до законодавства України й технічних вимог до адміністратора ccTLD (установлені RFC і рекомендаціями IANA/ICANN).

IANA (від англ. *Internet Assigned Numbers Authority*) – «Адміністрація адресного простору Інтернет») – американська організація, що перебуває під контролем ICANN, управляє просторами IP-адрес, доменів верхнього рівня, а також реєструє типи даних MIME та параметри інших протоколів Інтернету. [35, с.86].

На сайті ТОВ «Хостмайстер» [44] міститься перелік реєстраторів і наводиться визначення поняття «реєстратор» – суб'єкт господарювання, який надає користувачеві послуги, необхідні для технічного забезпечення делегування та функціонування доменного імені. Також наводяться основні вимоги до реєстраторів: реєстратор зобов'язаний мати у своєму розпорядженні та використовувати для виконання своїх обов'язків перед реєстрантами комплекси технічних засобів та програмного забезпечення (далі – сервери), що відповідають як мінімум таким вимогам: не менше двох апаратно не пов'язаних серверів доменних імен, фізично розташованих у різних будівлях з незалежним електроживленням та постійно (24 години на добу, 365 днів на рік) підключених до Інтернету некомутованими IP-каналами (IP-адреси цих серверів мають належати до різних автономних систем Інтернету); постійно підключений до Інтернет сервер електронної пошти, що обслуговує електронні поштові скриньки персоналу реєстратора; постійно підключений до Інтернет вебсервер, що містить інформацію про реєстратора. Як бачимо, вимоги мають технічний характер, але це аж ніяк не юридичні вимоги до діяльності реєстраторів.

З огляду на вищевикладене, потрібно зазначити, що реєстратором доменних імен є юридична особа чи фізична особа-підприємець, яка підписала договір з ТОВ «Хостмайстер» і набула права на створення нового доменного імені, а також права на подовження терміну вже наявних доменних імен.

Поняття «хостинг» відсутнє в законодавстві України, тому знову ж таки його можна застосувати лише за усталеною практикою, а отже, хостинг (також інколи гостинг, англ. *hosting*) – це послуга, котру надає дисковий простір для розміщення фізичної інформації на сервері. З технічного боку розрізняють

декілька видів хостингу:

а) хостинг на віртуальному сервері – надається місце на диску для розміщення веб-сайтів, середовище виконання веб-сервісів єдине для багатьох користувачів, ресурси розподілені між усіма користувачами на одному сервері, де може розміщуватись від 50 до 1000 користувачів;

б) хостинг на віртуальному виділеному сервері (VPS або VDS) – послуга, в межах якої користувачеві надається так званий віртуальний виділений сервер. В управлінні операційною системою здебільшого вона відповідає фізичному виділеному серверу. Зокрема: права адміністратора, root-доступ, власні IP- адреси, порти, правила фільтрування та таблиці маршрутизації;

в) хостинг на виділеному сервері – надається сервер цілком. Використовується для реалізації нестандартних завдань (сервісів), а також розміщення «важких» веб-проектів, які не можуть співіснувати на одному сервері з іншими проектами та вимагають під себе всі ресурси сервера;

д) колокація, колокейшн (від англ. collocation – розташування поруч, своєю чергою, від лат. collocatio (n) – поміщати разом) – послуга зв'язку, котра полягає в тому, що провайдер розміщує обладнання клієнта на своїй території (звичайно в датацентрі) та підключає його до каналів зв'язку з високою пропускнуою здатністю [38, с. 87].

Наступним важливим питанням є ідентифікація осіб у сфері електронної комерції. Необхідним механізмом, який це може забезпечити, є електронний цифровий підпис. Правове регулювання електронного цифрового підпису є найбільш досконалим серед усіх складових електронної комерції, що, зокрема, регулюється Законом України «Про електронний цифровий підпис» від 22.05.2003 р., № 852 [45]. В ст. 1 Закону України «Про електронний цифровий підпис» наводиться поняття електронного цифрового підпису як виду електронного підпису, отриманого за результатом криптографічного перетворення набору електронних даних, який додається до цього набору або логічно з ним поєднується і дає змогу підтвердити його цілісність та ідентифікувати підписувача. Суб'єктний склад правових відносин у сфері

послуг електронного цифрового підпису встановлюється ст. 2 Закону України «Про електронний цифровий підпис» і складається з підписувача, користувача, центру сертифікації ключів, акредитованого центру сертифікації ключів, центрального засвідчувального органу, засвідчувального центру органу виконавчої влади чи іншого державного органу та органу контролю. Центром сертифікації ключів, згідно зі ст. 8 Закону України «Про електронний цифровий підпис» може бути юридична особа незалежно від форми власності чи фізична особа, що є суб'єктом підприємницької діяльності, яка надає послуги електронного цифрового підпису та засвідчила свій відкритий ключ у центральному засвідчувальному органі або засвідчувальному центрі.

Таким чином, розглянувши найбільш важливі моменти процедури ведення електронної торгівлі, можна виокремити таких суб'єктів:

1) загальні суб'єкти: будь-які учасники цивільних правовідносин, передбачені ст. 2 ЦК України, а саме юридичні та фізичні особи, держава Україна, Автономна Республіка Крим, територіальні громади, іноземні держави й інші суб'єкти публічного права, всі, хто є замовниками та постачальниками товарів або послуг через мережу Інтернет;

2) спеціальні (інституційні) суб'єкти: оператори (провайдери) телекомунікацій; оператори платіжних систем; центри засвідчення (підтвердження) електронно-цифрових підписів; реєстратори й адміністратори, що присвоюють мережеві ідентифікатори; хостинг-провайдери.

До спеціальних, або ж інституційних суб'єктів онлайн-торгівлі віднесено тих суб'єктів правовідносин, які є так би мовити «невидимими» суб'єктами, але без них процес ведення електронної комерції неможливий у технологічному сенсі, вони на різних етапах правовідносин можуть вплинути на безліч умов, наприклад, місце укладення договору, час укладення договору, місце та час виконання договору, підтвердження отримання повідомлення тощо.

Враховуючи сучасні умови розвитку сфери електронної торгівлі в

Україні, варто зазначити, що запорукою успішного бізнесу в мережі Інтернет є налагоджений зв'язок між його суб'єктами, вдала координація менеджменту та планування, швидка реакція на запити потенційних клієнтів, вдосконалення зворотного зв'язку з потенційними споживачами тощо.

Висновки до розділу 1:

Таким чином, в результаті дослідження у першому розділі магістерської роботи сформульовано такі результати:

1. Виявлено, що всі думки науковців щодо визначення онлайн-торгівлі (електронної торгівлі) можна умовно поділити на три групи. Перша здійснює розмежування електронної торгівлі на «електронну торгівлю», «електронну комерцію» чи «електронний бізнес». Друга група науковців розмежовує лише поняття «електронна торгівля» і «електронна комерція», зазначаючи, що поняття «бізнесу» в себе включає всі господарські операції суб'єкта господарювання, відповідно розглядати та розмежовувати електронну торгівлю на електронний бізнес та електронну торгівлю немає сенсу. Третя група науковців розглядає електронну торгівлю як сферу вчинення правочинів в електронній формі.

Отже, поняття «електронна торгівля» або «Інтернет-торгівля» є синонімами терміну «онлайн-торгівля», яку можна розглядати як процес купівлі-продажу за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, результатом якого є правочин, укладений в електронній формі.

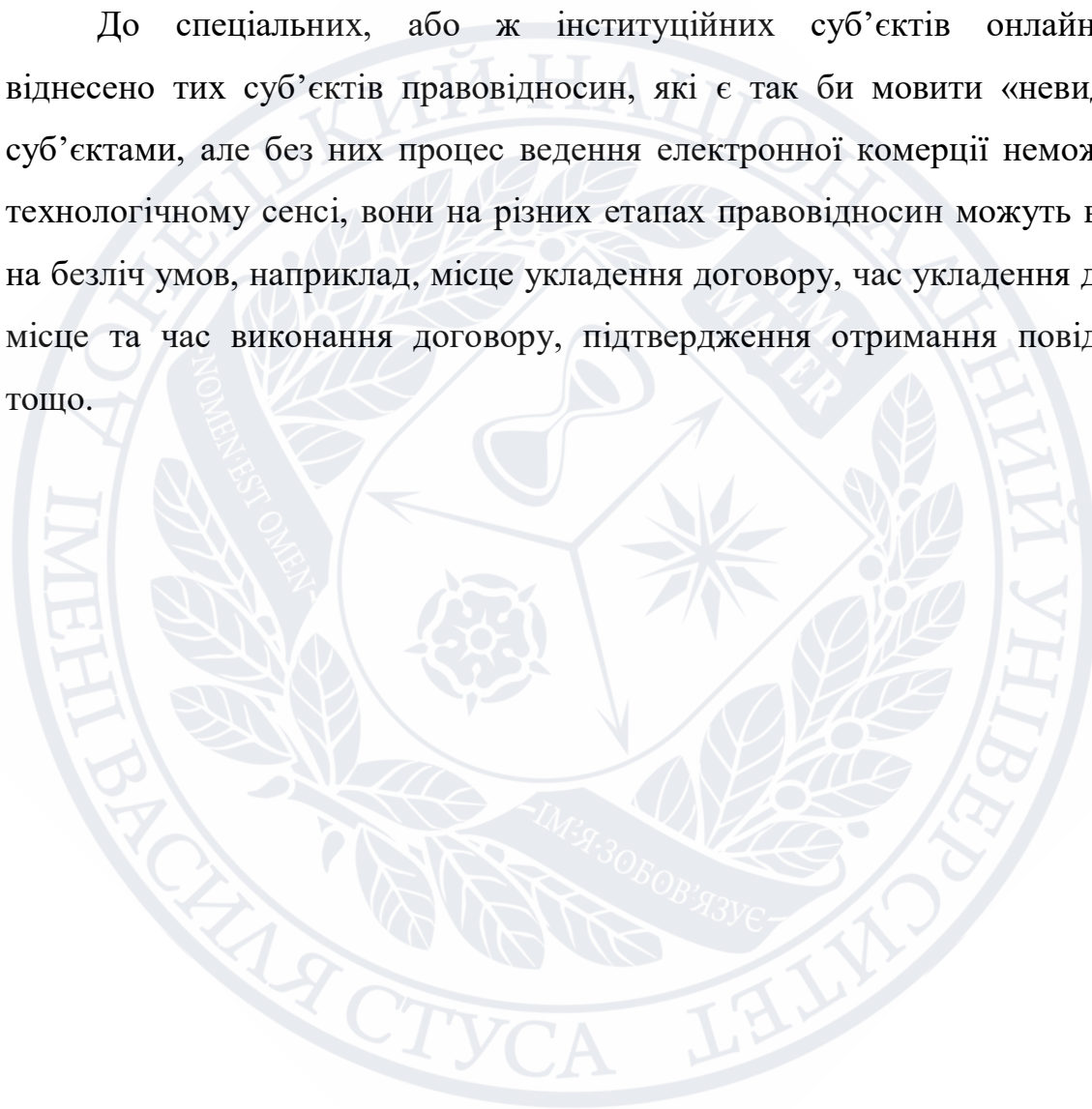
Щодо ознак електронної торгівлі, то для цього виду діяльності характерними є ознаки підприємницької (комерційної) діяльності з тим лише застереженням, що провадиться цей вид діяльності через мережу Інтернет.

2. Проаналізовано, що залежно від електронних пристроїв, якими можна забезпечити онлайн-торгівлю, її розділяють на такі види: комерція з використанням послуг мобільного зв'язку; комерція з використанням інтерактивного цифрового телебачення; голосова комерція; універсальна комерція; динамічна комерція.

За об'єктами і суб'єктами онлайн-торгівля підрозділяється на: 1) B2B (бізнес - бізнесу); 2) B2G (бізнес - державі); 3) B2C (бізнес - клієнту); 4) C2C (клієнт-клієнту); 5) G2B (державна - бізнесу).

3. Проаналізовано найбільш важливі моменти процедури ведення електронної торгівлі та виокремлено загальні та спеціальні (інституційні) суб'єкти.

До спеціальних, або ж інституційних суб'єктів онлайн-торгівлі віднесено тих суб'єктів правовідносин, які є так би мовити «невидимими» суб'єктами, але без них процес ведення електронної комерції неможливий у технологічному сенсі, вони на різних етапах правовідносин можуть вплинути на безліч умов, наприклад, місце укладення договору, час укладення договору, місце та час виконання договору, підтвердження отримання повідомлення тощо.



РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ОНЛАЙН-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

2.1. Правова основа здійснення онлайн-торгівлі

Одним з визначальних факторів розвитку електронної торгівлі як на регіональному рівні, так і на глобальному, безмовно є нормативно-правове регулювання, яке регламентує порядок здійснення трансакцій, взаємовідносини між контрагентами та можливі вектори розвитку галузі [46, с. 210].

Нормативно-правове забезпечення електронного бізнесу в більшості провідних країн розпочало розвиватись у 90-х роках ХХ століття. На сьогодні у світі 74,7% країн мають законодавчу базу, що регулює здійснення електронних трансакцій, 55,2% країн мають законодавство, яке забезпечує охорону приватності та захист особистих даних користувачів, та лише 47,4% країн послуговуються нормативно-правовими актами, в яких закріплено права та особливості юридичного захисту споживачів при порушеннях угоди електронної торгівлі. В розвинутих країнах законодавча база функціонування електронної торгівлі є найбільш розвиненою: в 97,6% країн існують необхідні нормативно-правові акти, що регулюють здійснення електронних операцій та забезпечують захист персональних даних, а 85,7% країн мають необхідне правове підґрунтя для захисту прав споживачів на електронному ринку. Найменші показники щодо правового забезпечення функціонування електронної торгівлі мають країни Африки (лише 40% країн мають необхідну законодавчу базу) та країни Азії, де 72,9% країн мають нормативно-правові акти, що регламентують здійснення електронних операцій, однак лише 37,5% держав можуть гарантувати захист прав споживачів та 29,2% – захист персональних даних [47].

У системі законодавства України з онлайн-торгівлі можна виділити загальне та спеціальне.

До загального законодавства належать нормативні акти, які регулюють право на господарську діяльність, створення відповідного суб'єкта господарювання, правовий режим майна таких суб'єктів, обліку та звітності, відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом, зобов'язання, відповідальність тощо. Серед актів загального законодавства України окремо можна виділити: ГК України; ЦК України.

Спеціальне законодавство врегульовує особливості, пов'язані із використанням мереж електрозв'язку, зокрема Інтернет, за вчинення правочинів, а саме: укладання договорів, умови договору, що здійснюється через мережі електрозв'язку, порядок використання електронних документів, їх оригінали, підтвердження отримання електронних документів, використання електронного цифрового підпису тощо [36, с. 40]. До спеціального законодавства в Україні можна віднести такі законодавчі документи: [7]

Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992, що регулює відносини щодо створення, збирання, отримання, зберігання, використання, поширення, охорони, захисту інформації. Цей закон у ст. 1 дає визначення документа в інформаційних відносинах: «... матеріальний носій, що містить інформацію, основними функціями якого є її збереження та передавання у часі та просторі» [48]. [7]

Закон України «Про зв'язок» від 16.05.1995 встановлював правові, економічні та організаційні засади діяльності в галузі зв'язку в Україні та визначає відносини підприємств, об'єднань, установ і організацій зв'язку з органами державної виконавчої влади, місцевого самоврядування і споживачами послуг зв'язку, а також особливості галузі, пов'язані з особливими суспільними інтересами. [49]. Разом із тим необхідно зазначити, що з 1995 року в галузі зв'язку сталося чимало змін, зумовлених запровадженням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у цій галузі господарської діяльності. Ці зміни відображено у Законі України «Про телекомунікації», який замінив Закон «Про зв'язок».

Одними з перших кроків до законодавчого врегулювання сфери інформаційних технологій в Україні стало прийняття у 1998 році законів «Про Національну програму інформатизації» та «Про Концепцію Національної програми інформатизації». До основних напрямів інформатизації належать, зокрема, інформатизація процесів соціально-економічного розвитку, пріоритетних галузей економіки, фінансової та грошової системи.

Закон України «Про платіжні системи та переказ грошей в Україні» від 05.04.2001 визначає загальні засади функціонування платіжних систем в Україні, поняття та загальний порядок проведення переказу коштів у межах України, встановлює відповідальність суб'єктів переказу, а також визначає загальний порядок здійснення нагляду (оверсайта) за платіжними системами.

У травні 2003 року Верховною Радою прийнято Закон «Про електронні документи та електронний документообіг», що встановлює основні організаційно-правові засади електронного документообігу та використання електронних документів. Ним визначається поняття електронного документа: «...документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних, включаючи обов'язкові реквізити документа»; електронного документообігу: «... сукупність процесів створення, оброблення, відправлення, передавання, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів, які виконуються із застосуванням перевірки цілісності та у разі необхідності з підтвердженням факту одержання таких документів»; закріплюється визнання юридичної сили електронного документа; визначаються права, обов'язки і відповідальність суб'єктів електронного документообігу [53].

Одночасно прийнято Закон «Про електронний цифровий підпис», який визначає правовий статус електронного цифрового підпису та врегульовує відносини, що виникають за його використання. Закон визначає поняття електронного підпису: «... дані в електронній формі, які додаються до інших електронних даних або логічно з ними пов'язані та призначені для ідентифікації підписанта цих даних»; електронного цифрового підпису: «... вид електронного підпису, отриманого за результатом криптографічного

перетворення набору електронних даних, який додається до цього набору або логічно з ним поєднується і дає змогу підтвердити його цілісність та ідентифікувати підписанта» [54].

У вересні 2003 року було прийнято Закон «Про телекомунікації», в якому вперше в українському законодавстві визначено терміни «Інтернет», «адреса мережі Інтернет», «адресний простір мережі Інтернет», «домен UA» тощо [55].

На державному рівні неодноразово визначалися завдання щодо розроблення законопроекту «Про електронну комерцію». Указом Президента України «Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет і забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні» від 31.07.2000 № 928/2000 [56] визначалися завдання Уряду з підготовки законопроекту з таких питань: створення правових, організаційних, технічних та інших умов для здійснення підприємницької діяльності з використанням мережі Інтернет; вчинення цивільно-правових угод з використанням електронного документообігу та електронного цифрового підпису.

На розгляд Верховної Ради України IV та V скликань (2003 та 2006 років) вносилися депутатські проекти «Про електронну торгівлю» [36, с. 41].

Третьою спробою законодавчої ініціативи став законопроект «Про електронну комерцію» від 17.06.2013 № 2306а. Головна його мета – створення організаційно-правових засад здійснення електронної комерції в Україні та регулювання відносин, що виникають під час укладання й виконання угод, учинених в електронній формі із застосуванням інформаційно-телекомунікаційних систем [36, с. 41].

Прийняття Верховною Радою України Закону «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 — це безумовно прорив у цій сфері, оскільки норми і положення закону визначають організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, встановлюють порядок здійснення

електронних правочинів із застосуванням інформаційно-телекомунікаційних систем та визначають права і обов'язки учасників відносин у сфері електронної комерції [57]. Цей закон є базовим для розуміння принципів електронної комерції, порядку укладання електронних угод та інших важливих умов діяльності у цій сфері. При цьому основна мета законопроекту – визнати електронні угоди нарівні з угодами, укладеними в письмовій формі.

Закон частково вирішує проблеми шахрайства чи контрафакту, оскільки прирівнюються оферти в Інтернеті до процедури купівлі-продажу в звичайних магазинах, що створює певний бар'єр для шахраїв. Закон повністю не вирішує проблем, але певні зрушення і досягнення вже є. Проблема шахрайства у сфері електронної комерції існує у США та країнах ЄС, де законодавство про електронну комерцію перебуває на високому рівні розвитку. Тому не варто сподіватися, що з прийняттям цього закону, в Україні ці проблеми буде вирішено, хоча, у законі передбачено низку кроків, що мають їх мінімізувати. Зокрема, визначено перелік інформації, яка підлягає оприлюдненню постачальником, тому добросовісні та зацікавлені у стабільності свого бізнесу суб'єкти, розміщуватимуть таку інформацію, на відміну від сумнівних компаній, які уникатимуть конкретизації інформації про себе. За порушення у сфері електронної комерції може застосовуватися кримінальна, адміністративна, цивільно-правова та господарсько-правова відповідальність, залежно від змісту порушення та правовідносин, у межах яких вона застосовується. Наприклад, у випадку вчинення шахрайства у сфері електронної комерції особу можуть притягнути до кримінальної відповідальності, а якщо йдеться про порушення положень електронної угоди, то застосовуватиметься цивільно-правова відповідальність [36, с. 42].

На думку експертів, Закон «Про електронну комерцію» є дещо загальним, йому бракує конкретики. Багато статей можна трактувати двозначно. Наведене в законі поняття електронного правочину: «... дія особи, спрямована на набуття, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснена з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем», має

малоінформативний зміст, оскільки не містить ідентифікувальних ознак конкретного правочину. Із його змісту не зрозуміло, за якими ознаками він відрізняється від інших, передбачених законодавством правочинів. Це поняття можна застосувати до будь-якої угоди, процес учинення якої був пов'язаний з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем [36, с. 42].

На сьогодні в Україні не існує спеціального нормативного документа, повністю присвяченого врегулюванню електронної торгівлі, тобто такого, що узагальнюватиме, систематизуватиме та визначатиме основні елементи електронної торгівлі та сприятиме гармонізації законодавства України з законодавством ЄС.

Нормативно-правова база ЄС, що регулює дане питання складається і з регіональних (в межах Європи) та міжнародних рівнів правового регулювання відносин онлайн-торгівлі.

Своєрідним взірцем для національного законодавства у розглядуваній сфері для різних країн визнається Типовий закон UNCITRAL про електронну торгівлю, прийнятий у Нью-Йорку у 1996 році (далі – Типовий закон UNCITRAL від 1996 р.) [58]. Так, в Типовому законі UNCITRAL від 1996 р. розкрито наступні моменти:

- наведено використаний термінологічний і понятійний апарат;
- врегульовано укладення договорів в електронній формі при здійсненні онлайн-торгівлі та викладено їх основні ознаки;
- окреслено принципи міжнародної торгівлі в "епоху інформаційних магістралей";
- врегульовано питання документообігу перевезення вантажів тощо.

Можна сміливо стверджувати, що даний документ заклав фундамент правового регулювання діяльності у сфері електронної торгівлі та використовується для уніфікації міжнародного та національного законодавства. На доцільність імплементації Типового закону ЮНСІТРАЛ від 1996 р. вказано в Резолюції Генеральної Асамблеї ООН А/51/628 від 30.01.1997 р.

У 1997 році Європейська Комісія видала Повідомлення щодо електронної комерції¹, в якому проголошувалася мета створити узгоджені спільні правові засади до 2000 року, якими б регулювалося ведення електронної комерції в межах ЄС, унаслідок роботи Комісії стало прийняття в 1999 р. Директиви про електронні підписи [59] , а вже у 2000 р. – Директиви про електронну комерцію [60] та згодом у 2001 р. – Директиви про Інформаційне Суспільство [61] .

Серед зазначених вище Директив, що відносяться до правового регулювання ЄС у сфері електронної комерції, Директива про електронну комерцію посідає центральне, головне місце. Маючи характер рамкової, вона об'єднала в собі норми з різних питань, вирішення яких назріло в ЄС на час її прийняття та яким в інших правових системах зазвичай присвячено кілька нормативних актів.

Головною метою Директиви є усунення юридичних перешкод, що виникають при заснуванні провайдерів Інтернет-послуг в ЄС та наданні ними послуг у межах спільного ринку, за яких електронна комерція в ЄС могла б стало розвиватися. Директива застосовується «горизонтально» й торкається всіх галузей права – чи то публічного, чи то приватного – що стосуються надання послуг інформаційного суспільства. Так, на відміну від американського підходу, згідно з яким відповідальність провайдерів за різні незаконні дії їх клієнтів обмежується різними законами, Директива обмежує всі види юридичної відповідальності провайдерів за всі види незаконної діяльності третіх осіб.

Директива про електронну комерцію регулює надання послуг інформаційного суспільства як юридичними особами одна одній, так і юридичними особами споживачам-фізичним особам. Спектр послуг, на який направлена Директива, є надзвичайно широким та включає в себе продажі як фізичних товарів (книг, компакт-дисків, ліків), так і цифрових продуктів (електронних книг, програмного забезпечення), а також інформаційних і фінансових послуг. Принцип функціональної еквівалентності паперових

документів і електронних повідомлень, проте, не набув у Директиві чіткого вираження. На відміну від Директиви про електронні підписи (ст. 5(1)), посилення на традиційні технології (такі, як власноручний підпис) у Директиві про електронну комерцію не зустрічаються.

Варто відзначити, що переваги Директиви ЄС, як і Закону України «Про електронну комерцію» не можуть в повному обсязі бути використаними підприємствами, що мають проблеми з інфраструктурою для онлайн-торгівлі, недостатність навичок з міжнародної торгівлі, незнання мов, хочуть продавати товари, що потребують адаптації для різних країн, мають невідомий бренд та стикаються з необхідністю відслідковувати смаки та тенденції в інших країнах. Усі ці проблеми та недоліки є вагомими навіть з упровадженням Директиви. У той же час, відсутність визнання Директиви на всьому просторі ЄС призводить до того, що підприємство навіть не здійснюючи міжнародної торгівлі, але відповідно до розміщеної інформації на його веб-сайті чи он-лайн реклами може підпадати під судові позови відповідно до законодавства іншої країни та бути відповідачем у іншій державі-члені Євросоюзу.

Приведення законодавства України у сфері електронної комерції у відповідність до законодавства ЄС має переслідувати мету зробити вітчизняних підприємців повноправними учасниками електронного ринку ЄС та сприяти росту збуту товарів та послуг підприємств України на ринках країн Європейського Союзу. Це стосується, приміром, норм, які сприятимуть визнанню дійсності та юридичної сили згенерованих в Україні електронних підписів та електронних сертифікатів, виданих в Україні. При розробці національного законодавства у сфері електронної комерції, особливо норм, що стосуються визнання дійсності та юридичної сили електронних угод, а також порядку їх укладання, як мінімальний стандарт слід використовувати Модельні закони ЮНСІТРАЛ про електронну торгівлю та про електронні підписи, що свого часу було зроблено ЄС та його державами-членами.

Таким чином, на відміну від законодавства країн ЄС, законодавство України містить вкрай незначну кількість норм, покликаних регулювати

безпосередньо електронну комерцію. Втім, для активного включення України в систему електронної комерції ЄС першочерговим є: 1) активне впровадження базового устаткування, комп'ютерів та телекомунікацій, у тому числі й у сільській місцевості, що забезпечить розширення комп'ютерної грамотності населення і належний рівень розвитку інфраструктури; 2) стимулювання швидкого розвитку інфраструктури мережі, операторів мережі та створення декількох крупних вітчизняних Ітернет-порталів; 3) розвиток внутрішнього споживчого ринку, підвищення купівельної спроможності шляхом досягнення стабільного економічного зростання [62].

Розвиток електронної торгівлі також значною мірою залежить від політики держави у цій сфері діяльності, і в першу чергу, від запровадження дієвої та зваженої нормативно-правової бази. Вирішення питань правового регулювання сфери послуг повинно стати основою для врегулювання наявних й потенційних ризиків, серед яких: ухилення від податків, шахрайство, порушення прав інтелектуальної власності тощо. Тому закріплення основ електронної торгівлі та подальший розвиток правового регулювання сфери Інтернет-послуг повинні закласти фундамент для розвитку електронного бізнесу в нашій державі.

2.2. Державне регулювання онлайн-торгівлі

Однією з головних перешкод на шляху розвитку електронної торгівлі в Україні можна вважати нестачу чіткої та послідовної державної політики у вказаній сфері та недостатню ефективність організаційно-правових заходів, що вживалися державою у сфері електронної комерції, зокрема, незначні темпи інформатизації суспільних процесів в Україні (особливо в регіонах) [63, с. 336].

Подібну думку висловлює М.В. Макарова, вказуючи на відсутність цілеспрямованої урядової й бізнесової політики з метою формування українського інформаційного суспільства. Зневажання проблемами електронної торгівлі з боку представників законодавчої ініціативи впродовж

тривалого періоду, а також недостатність розгляду цієї проблематики в наукових публікаціях, гальмувало поширення вітчизняної електронної комерції та торгівлі, зокрема, та ускладнювало діяльність суб'єктів даної сфери. Таке нівелювання заважало визначати вірні пріоритети державного фінансування й податкової політики, крім того, призводило до некоректного обліку результатів інформаційного сектору економіки [64, с. 43].

Головною проблемою правового регулювання сфери онлайн-торгівлі в Україні на даному етапі розвитку є відсутність органу, що відповідає за формулювання і реалізацію державної політики.

Ознаками цього є: розпорошеність повноважень регулювання сфери е-торгівлі між різними органами державної влади; відсутність постійного моніторингу та корегування нормативно-правового регулювання швидкоплинних процесів, зумовлених, зокрема, розвитком інформаційно-комунікаційних технологій; відсутність системного підходу до регулювання сфери е-комерції; відсутність прийнятного статистичного обліку кількості, якості та структури розгляду скарг споживачів е-комерції, які потребують постійного нагляду і втручання держави.

Закон України «Про електронну комерцію» містить загальні положення про органи державної влади як один із видів учасників відносин у цій сфері (ст. 6), проте цей Закон має істотні прогалини. За відсутності положень щодо державного регулювання, контролю та нагляду у сфері онлайн-торгівлі варто визначитися з уповноваженими органами на підставі інших нормативно-правових актів.

У сфері телекомунікацій діють такі уповноважені органи: Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку (далі – НКРЗІ), створена відповідно до Указу Президента № 1067/2011 від 23.11.2011 на виконання вимог закону «Про телекомунікації». Цим же Указом затверджено Положення [65] про зазначену Комісію як орган державного регулювання у сфері телекомунікацій, інформатизації, користування радіочастотним ресурсом та надання послуг поштового зв'язку. У визначеній сфері НКРЗІ

здійснює повноваження органу ліцензування, дозвільного органу, регуляторного органу та органу державного нагляду (контролю) з відповідними повноваженнями в тому числі стосовно вирішення спірних питань (між операторами, провайдерами телекомунікацій та їх абонентами щодо розбіжності показників тривалості послуг на лічильниках телекомунікаційних послуг, що встановлюються на кінцевому обладнанні); розглядає звернення споживачів і приймає рішення з питань, що належать до її компетенції; забезпечує досудове врегулювання спорів між суб'єктами ринку телекомунікацій щодо взаємоз'єднання телекомунікаційних мереж, у тому числі щодо послуг пропуску трафіка, надання послуг національного роумінгу, перенесення абонентських номерів та використання персональних номерів; вправі застосовувати в установленому законом порядку відповідні санкції до порушників (до суб'єктів ринку телекомунікацій, користування радіочастотним ресурсом у разі порушення ними умов та правил здійснення підприємницької діяльності у сферах телекомунікації, радіочастотного ресурсу (ліцензійних умов); за порушення законів щодо державного ринкового нагляду); забезпечує досудове врегулювання спорів між суб'єктами ринку телекомунікацій щодо взаємоз'єднання телекомунікаційних мереж, у тому числі щодо послуг пропуску трафіка, надання послуг національного роумінгу, надання послуг перенесення абонентських номерів та використання персональних номерів.

У сфері електронних довірчих послуг уповноваженими щодо низки питань є Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України, Адміністрація Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України (Адміністрація Держспецзв'язку), Міністерство юстиції України. Одним із завдань у зазначеній сфері першого з названих органів (Державної служба спеціального зв'язку та захисту інформації України) є участь у формуванні та реалізації державної політики у сферах електронного документообігу (в частині захисту інформації державних органів та органів місцевого самоврядування), електронної ідентифікації (з використанням

електронних довірчих послуг), електронних довірчих послуг (у частині встановлення вимог з безпеки та захисту інформації під час надання та використання електронних довірчих послуг, контролю за дотриманням вимог законодавства у сфері електронних довірчих послуг); серед обов'язків – встановлення вимог з безпеки та захисту інформації до кваліфікованих надавачів електронних довірчих послуг та їхніх відокремлених пунктів реєстрації; контроль за дотриманням вимог законодавства у сфері електронних довірчих послуг; проведення планових та позапланових перевірок (кваліфікованих надавачів електронних довірчих послуг, їхніх відокремлених пунктів реєстрації, засвідчувального центру, центрального засвідчувального органу щодо дотримання вимог законодавства у сфері електронних довірчих послуг) із закріпленням права звертатися до суду в разі виникнення спорів у сфері електронних довірчих послуг [66].

За Адміністрацією Держспецзв'язку, серед основних завдань якої – участь у формуванні та реалізації державної політики у сферах електронного документообігу (в частині захисту інформації державних органів та органів місцевого самоврядування), електронної ідентифікації (з використанням електронних довірчих послуг), електронних довірчих послуг (у частині встановлення вимог з безпеки та захисту інформації під час надання та використання електронних довірчих послуг, контролю за дотриманням вимог законодавства у сфері електронних довірчих послуг), також закріплено низку відповідних повноважень, а саме щодо: здійснення державного контролю за дотриманням вимог законодавства у сфері електронних довірчих послуг; встановлення вимог щодо безпеки та захисту інформації для кваліфікованих надавачів електронних довірчих послуг та їх відокремлених пунктів реєстрації; проведення планових та позапланових перевірок кваліфікованих надавачів електронних довірчих послуг, їх відокремлених пунктів реєстрації, засвідчувального центру, центрального засвідчувального органу щодо дотримання вимог законодавства у сфері електронних довірчих послуг;

вимоги припинення виявлених порушень, а також звернення до суду в разі виникнення спорів у сфері електронних довірчих послуг [67],

Чинна модель регулювання торгівлі Міністерством економічного розвитку та торгівлі України, електронних сервісів – Державним агентством з питань електронного урядування, Держпродспоживслужби, діяльність якої скеровується Міністром аграрної політики та продовольства України, не забезпечує ефективного державного регулювання онлайн-торгівлі та захисту прав споживачів.

Уповноваженим органом щодо захисту прав споживачів є Держспоживзахист – Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, що діє на підставі відповідного Положення [68]. Однак фактичне підпорядкування цієї служби Міністерству аграрної політики та продовольства (Мінагрополітики), як і її назва, свідчать про орієнтацію на захист прав споживачів продуктів харчування (наразі не охоплена торгівля непродовольчими товарами). Як зазначає О. Титамир, цей орган був утворений в результаті невдалого реформування органів державного нагляду за захистом прав споживачів і створення його на базі кількох структур, в результаті чого фактично було розмито механізми контролю над несумлінним бізнесом через відсутність у цієї служби реальних можливостей (включно з повноваженнями, наявністю відповідних фахівців, що знаються і на інформаційно-комунікаційних технологіях, і на різноманітних групах товарів, торгівля якими здійснюється через мережі Інтернет, малоефективною процедурою застосування санкцій, слабким фінансуванням зазначеного органу) [69].

За Міністерством юстиції, яке діє відповідно до затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 2 липня 2014 р. № 228 Положення [70], серед іншого, закріплено відповідні завдання: створення умов для функціонування суб'єктів правових відносин у сфері електронних довірчих послуг (і, відповідно, надання адміністративної послуги шляхом внесення юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців, які мають намір надавати

електронні довірчі послуги, до Довірчого списку, визначеного Законом України «Про електронні довірчі послуги»), здійснення державного регулювання з питань електронної ідентифікації з використанням електронних довірчих послуг, забезпечення здійснення відповідно до законодавства технічного регулювання у цій сфері. На виконання зазначених завдань Міністерство юстиції наділене відповідними повноваженнями, а саме: воно погоджує розроблені надавачами електронних довірчих послуг порядки синхронізації часу із Всесвітнім координованим часом (UTC), а також плани припинення діяльності кваліфікованих надавачів електронних довірчих послуг; приймає та зберігає документовану інформацію, сформовані сертифікати (у тому числі посилені, кваліфіковані) відкритих ключів, реєстри чинних, блокованих та скасованих сертифікатів відкритих ключів у разі припинення діяльності кваліфікованого надавача електронних довірчих послуг; розглядає пропозиції (зауваження) суб'єктів відносин у сфері електронних довірчих послуг щодо удосконалення державного регулювання сфери електронних довірчих послуг; надає суб'єктам відносин у сфері електронних довірчих послуг консультації з питань, пов'язаних із наданням електронних довірчих послуг; інформує контролюючий орган про обставини, які перешкоджають діяльності центрального засвідчувального органу; проводить оцінку стану розвитку сфери електронних довірчих послуг за результатами проведення аналізу інформації про діяльність надавачів електронних довірчих послуг та засвідчувального центру; забезпечує взаємне визнання українських та іноземних сертифікатів відкритих ключів та електронних підписів, що використовуються під час надання юридично значущих електронних послуг; здійснює інші повноваження у сферах електронних довірчих послуг та електронної ідентифікації, визначені законом.

Наділення Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини непридатними йому функціями з формування та реалізації державної політики (функції виконавчої влади) у сфері захисту персональних даних та доступу до інформації, а також неможливість оскарження його рішень у суді

не вирішує завдань щодо створення незалежного уповноваженого органу з питань захисту персональних даних, який забезпечував би належний рівень захисту таким даним та відповідав усім європейським критеріям. Питання державної політики щодо захисту прав споживачів необхідно розглядати тільки комплексно, враховуючи систему е-торгівлі.

Перш за все потрібно на рівні держави визначити і сформулювати стратегію розвитку електронної комерції. Формування стратегії, планів підтримки і розвитку електронної торгівлі має відбуватися за активної участі представників органів державної влади, бізнесу, недержавних організацій, вчених у галузі економіки, юриспруденції, інформаційних технологій [65].

Відповідно до цього необхідно розробити державно-управлінські механізми управління сферою електронного бізнесу. Державне управління електронним бізнесом має на меті створення інфраструктури, яка забезпечить стабільні й передбачувані умови визнання і виконання електронних документів, захисту прав людини, підтримання чесної конкуренції в усіх аспектах діяльності, яка пов'язана з розвитком і веденням електронної комерції. Державне регулювання має стати прозорим, пропорційним, гнучким, технологічно нейтральним і недискримінаційним [71, с. 61]. З цією метою необхідно залучати органи державної влади як зразкових користувачів технологій та послуг електронного бізнесу: застосовувати електронні засоби для більш ефективної публічної влади і процедур державного замовлення.

Сьогодні відсутня реальна керівна роль держави в розбудові інформаційного суспільства, яка повинна бути одним зі стратегічних пріоритетів державної політики. Тому координація зусиль багатьох міністерств і відомств у сфері інформаційних та комунікативних технологій та електронної комерції зокрема можлива лише на рівні міністерства. Це, у свою чергу, свідчить про потребу запровадження стратегічного підходу до державного управління сферою запровадження електронного бізнесу, який би створював умови для системності його розвитку на всіх рівнях суспільно-економічної та політичної практики [72].

З метою прискорення розвитку електронної торгівлі в Україні для надання представникам бізнесу інформаційних і консультативних послуг доцільно створити на базі Міністерства спеціальний орган, який буде займатися проблемами побудови інформаційного суспільства, наприклад Національний Центр електронної торгівлі (далі - Центр).

Завданнями такого Центру має стати :формування в Україні соціального, економічного, технологічного й політичного середовища, що буде стимулювати розвиток і удосконалення електронної комерції; створення позитивного іміджу України як лідера в галузі електронної комерції; вплив на розроблення державної політики щодо онлайн-торгівлі та її ефективної реалізації; створення умов для інтеграції в єдиний інформаційний простір існуючих і новостворених інформаційних систем електронної комерції, забезпечення відкритості й доступності їх для всіх учасників ринку; надання допомоги у створенні й застосуванні правил, що спрямовані на попередження порушень законів, шахрайства та недобросовісних дій з боку учасників електронної комерції.

Діяльність Центру має полягати в тому, щоб брати участь у розробленні нормативних документів з питань регулювання діяльності у сфері електронної торгівлі. У межах законотворчої діяльності Центр бере участь у роботі, пов'язаній з розробкою нових нормативно-правових актів і доопрацювання діючого законодавства у сфері онлайн-торгівлі. Центр організовує обговорення проектів законів і внесення змін у діючі правові норми для широкого кола зацікавлених суб'єктів ринку з метою узгодження інтересів [73].

Центр бере активну участь у розробленні стандартних правил і принципів роботи системи електронної комерції, розробляє методику планування та технологій електронної комерції, методик і принципів оцінки ефективності ведення діяльності, методик побудови систем електронної комерції для великого та середнього бізнесу, а також стандартних правил торгівлі для електронних торгових площадок та Інтернет-магазинів. Експерти

Центру проводять консультації для учасників ринку електронної комерції щодо діючого законодавства.

Центр повинен співпрацювати з міжнародними організаціями, які репрезентують учасників ринку електронної комерції у країнах Євросоюзу. Основною метою співпраці має бути обмін інформацією та досвідом впровадження систем електронної комерції, проведення науково-практичних конференцій і розвиток інфраструктури світового ринку електронної комерції.

Центр проводить науково-практичні конференції та семінари з проблематики електронної комерції та торгівлі, для участі в яких запрошують провідних вітчизняних та зарубіжних спеціалістів у цій галузі. Центр повинен щорічно надавати звіт про стан ринку електронної комерції в Україні в різних секторах (B2B, B2C, B2G). а також давати оцінку основним подіям та прогнозувати тенденції у сфері електронної комерції. Також Центр має ініціювати проведення навчальних семінарів із застосування та ефективного використання інформаційно-комунікативних технологій у комерційній діяльності. Центром надається допомога у складанні медіа-планів, написанні рекламних та аналітичних матеріалів, а також налагодження зв'язків із ЗМІ [73].

Для ефективної роботи Центру необхідно створити веб-сайт і періодичне видання, де буде висвітлюватися діяльність Центру, досвід вітчизняних та зарубіжних компаній, сучасний стан ринку електронної комерції та інші актуальні питання щодо цієї сфери. На сучасному етапі розвитку серед основних завдань Центру мають бути такі:

- адаптація вітчизняної нормативно-правової бази з питань електронної комерції до міжнародного законодавства;
- опрацювання та підтримка законопроектів щодо електронної торгівлі та пов'язаних із нею відносин;
- створення єдиного глосарію термінів та їх значень при розробленні нормативно-правової бази;
- створення інформаційно-довідкової системи про експортно- імпорتنі

можливості України та її регіонів;

- створення інформаційно-довідкової системи про комерційні пропозиції, адресовані підприємствам України, із залученням ресурсів спеціалізованих мереж та баз даних міжнародного рівня (WCN при ТПП, ЮНКТАД, КОТРА, ДАСЕТРО);

- визначення напрямів участі у програмах глобалізації ділового співробітництва (програми міжнародної технічної допомоги, програми ЄБРР, Міжнародна торгова палата, ООН);

- налагодження взаємовигідного співробітництва у сфері електронної комерції з вітчизняними організаціями відповідного профілю;

- надання консультаційно-інформаційних послуг з питань онлайн-торгівлі;

- сприяння розвитку саморегулювання українського бізнесу в галузі електронної торгівлі на засадах підвищення якості та забезпечення зміцнення довіри між її учасниками [73].

У межах законотворчої діяльності Центр повинен виконувати роботу, яка пов'язана з розробкою проектів нових нормативно-правових актів і доопрацювання діючого законодавства у сфері електронної комерції з метою синхронізації його із загальноєвропейським. Потрібно організовувати обговорення проектів законів і внесення змін у діючі правові норми для широкого кола зацікавлених суб'єктів ринку з метою узгодження їх інтересів.

На рівні Кабінету Міністрів України необхідно запровадити такі заходи:

- ініціювати із залученням представників наукових установ і громадських організацій, провідних фахівців та підприємців сфери інформаційно-комунікаційних технологій стратегію розвитку електронної комерції в Україні та план дій з її реалізації;

- активізувати впровадження в повсякденне життя населення платіжних карток для безготівкових розрахунків за придбані товари, виконані роботи та надані послуги;

- забезпечити створення в усіх населених пунктах України можливостей

для доступу до мережі Інтернет, зокрема пунктів колективного доступу [73].

Крім того, Рада національної безпеки й оборони України має повноваження розробити програму заходів із забезпечення інформаційної безпеки України. Міністерство економічного розвитку та торгівлі України, відповідно до своїх функцій має розробити заходи щодо розвитку і впровадження технологій електронної торгівлі, передбачивши розроблення відповідних технічних регламентів.

Створення міністерствами і відомствами галузевих бізнес-порталів забезпечило здійснення онлайн-взаємодії підприємств галузі, які задіяні в єдиному технологічному циклі виробництва. Серед інших цільових заходів можна зазначити такі: створення бізнес-площадок для проведення аукціонів чи тендерів для закупівлі товарів та послуг за рахунок бюджетних коштів; організація торгів, наприклад на аграрній біржі. Це може вирішити проблему доступу безпосереднього виробника зерна чи його довіреної особи до процесу торгів, а також надасть можливість включити реальні економічні ринкові механізми в процес ціноутворення на продукцію.

Таким чином, аналіз розвитку онлайн-торгівлі в Україні дозволив зробити наступні висновки.

Головною проблемою правового регулювання сфери онлайн-торгівлі в Україні на даному етапі розвитку є відсутність спеціального органу, що відповідає за формулювання і реалізацію державної політики.

Чинна модель регулювання торгівлі Міністерством економічного розвитку та торгівлі України, електронних сервісів – Державним агентством з питань електронного урядування, Держпродспоживслужби, діяльність якої скеровується Міністром аграрної політики та продовольства України, не забезпечує ефективного державного регулювання онлайн-торгівлі та захисту прав споживачів.

З метою прискорення розвитку електронної торгівлі в Україні для надання представникам бізнесу інформаційних і консультативних послуг доцільно створити на базі Міністерства спеціальний орган, який буде

займатися проблемами побудови інформаційного суспільства, наприклад, Національний Центр електронної торгівлі. Створення міністерствами і відомствами галузевих бізнес-порталів забезпечило здійснення онлайнової взаємодії підприємств галузі, які задіяні в єдиному технологічному циклі виробництва.

2.3. Особливості оподаткування електронної торгівлі

У сучасних складних економічних та політичних умовах онлайн-торгівля дає змогу організувати збут товарів, робіт чи послуг із відносно невеликими витратами. Електронна торгівля, як і будь-який вид діяльності суб'єктів господарювання, що займаються виробництвом та реалізацією товарів (робіт, послуг), є об'єктом бухгалтерського обліку та оподаткування [74, с. 162].

На шляху розвитку інтернет-торгівлі доводиться вирішувати безліч питань, які потребують врегулювання з боку держави. Одним з нагальних є податкове навантаження зазначеної форми діяльності, адже специфіка торговельної галузі провокує легке «ухиляння» від податків. У глобалізаційних реаліях для України ця проблема набирає обертів та актуальності, адже зростання тіньового бізнесу в мережі Інтернет – загальновідомий факт, оскільки товари, пропоновані українському споживачу на внутрішньому ринку, у багатьох випадках є контрабандними чи контрафактними. Гостро постала проблема наявності в мережі так званих цифрових товарів чи послуг, таких як музика, фільми, програмне забезпечення, консультаційні послуги різного характеру тощо. Визначити походження та місце споживання цих товарів майже нереально. Неможливість контролю та відстеження господарських грошових операцій зумовлене використанням для ведення бізнесу в Інтернеті електронних грошей, які підлягають оподаткуванню. За такої системи обігу грошей під прямою загрозою опиняються як податки з продажу (оскільки торговельнопосередницькі трансакції не підпадають під систему

документального обліку), так і прямі податки, адже реально отримати роботу через Інтернет та розрахунок за виконані види роботи чи надані послуги [75].

У результаті недосконалості національного законодавства у цій сфері інтернет-підприємства фактично не визнають такими, що підлягають оподаткуванню (або не підлягають оподаткуванню через відсутність заснованого на законі механізму такого оподаткування) та загалом випадають зі сфери державного та податкового регулювання. Отож важливим є вивчення існуючого зарубіжного досвіду у зазначеній сфері та виявлення основних підходів різних країн світу і міжнародних організацій до вирішення проблем правового регулювання та оподаткування торговельно-економічної діяльності в мережі Інтернет. Деякі країни створили спеціальні програми стимулювання розвитку інтернет-торгівлі [76, с. 210].

Корисним для України є досвід держав-членів Європейського Союзу в аспекті оподаткування електронної комерції. Виходячи з зацікавленості поповнення держбюджету, ці країни дотримуються концепції максимального державного втручання у діяльність підприємств електронної торгівлі.

З метою вдосконалення системи ПДВ, а також подолання недоліків і труднощів, пов'язаних із нарахуванням та стягуванням цього податку в ЄС у період з 2018 по 2021 р. у цьому об'єднанні вживається комплекс заходів, спрямованих на спрощення системи ПДВ [77, с. 2]. У рамках цього заходу всім продавцям (як традиційним, так і у сфері електронної комерції) рекомендується зареєструватися як платник ПДВ у будь-якій країні-члені ЄС, а також приєднатися до Mini-One Stop Shop (MOSS) для організації перерозподілу надходжень ПДВ до бюджету саме тієї країни ЄС, де знаходиться покупець товару. При цьому продаж товарів і послуг незареєстрованими продавцями стає нелегальним [78, с. 24].

MOSS почав використовуватися у ЄС з 1 січня 2015 р. Діяльність MOSS регламентується положеннями Директиви 2006/112/ЄС (The Council of the European Union, 2006) та Постановою Ради ЄС № 967/2012 (The Council of the

European Union, 2012). Сутність MOSS полягає в тому, що підприємство-постачальник товарів (послуг) раз на квартал передає через електронні засоби зв'язку до MOSS звітність щодо операцій із клієнтами-неплатниками ПДВ із країн-членів ЄС та накопичені суми податкових зобов'язань.

MOSS, у свою чергу, виступає чимось середнім між кліринговою організацією та особливою схемою взаємодії податкових органів країн-членів ЄС щодо ПДВ, що перераховує належні кожній країні-члену ЄС суми надходжень ПДВ. Тобто MOSS є в кожній країні-члені ЄС, його діяльність регламентується як законодавством країн-членів, так і загальноєвропейським. Кожна країна-член у рамках своєї компетенції стежить за тим, щоб зареєстровані на її території платники ПДВ виконували свої обов'язки щодо нарахування, сплати ПДВ, ведення обліку та зберігання звітності щодо цього податку, організує взаємодію з податковими органами інших країн (у межах операцій, що відбуваються через MOSS), визначає, які суми податкових зобов'язань до бюджету якої країни-члена ЄС перевести, організує процедури повернення надлишку сплачених сум ПДВ тощо.

У ЄС MOSS працює за двома схемами: для підприємств, що фізично розташовані та зареєстровані в ЄС, і тих, що розташовані поза межами цього міжнародного об'єднання, проте мають клієнтів-неплатників ПДВ у межах ЄС. Спершу MOSS можна було застосовувати підприємствам, що надають телекомунікаційні послуги, послуги теле- та радіомовлення, пропонують послуги через електронні засоби та технології зв'язку.

Застосування MOSS на перших етапах його функціонування дозволяло уникнути постачальникам вимоги щодо обов'язкової реєстрації як платника ПДВ у кожній країні-члені ЄС, де розташовані (постійно перебувають) їх клієнти-неплатники ПДВ, а також забезпечувало, що зазначені послуги обкладатимуться ПДВ за принципом COD. Із розвитком електронної комерції вплив MOSS поширюється і на цю економічну діяльність. Приєднання до MOSS є добровільним, але якщо підприємство зареєструвалось у MOSS, то всі

його операції з клієнтами з усіх країн-членів ЄС мають проводитися виключно через MOSS [78, с. 25].

У ЄС у рамках заходів щодо вдосконалення системи ПДВ планується:

- 1) розробити спрощену схему реєстрації платників ПДВ, особливо для підприємств, які розташовані поза межами ЄС, але планують здійснювати операції у ЄС (традиційна та електронна торгівля);
- 2) удосконалити та зробити максимально доступним для всіх економічних агентів реєстр платників ПДВ, зареєстрованих у будь-якій країні-члені ЄС;
- 3) налагодити MOSS та зробити його доступним максимальній кількості економічних агентів;
- 4) продовжити налагодження процесів кооперації та координації податкових, митних органів країн-членів ЄС і посилення інформаційної взаємодії між ними.

Проте навіть за умови успішної реалізації всіх зазначених заходів залишається низка невирішених проблем:

- 1) фактично електронна торгівля між країнами ЄС стає витратним та складним процесом, який доцільно здійснювати великим і, максимум, середнім підприємствам, а для малих це може стати невигідно [79, с. 11], тим більше що більшість змін у системі ПДВ спрямовані на кінцевих покупців, частка яких складає, як зазначено вище, лише 10% всієї клієнтури електронної комерції;
- 2) у ЄС немає надійних і дієвих інструментів примусу підприємств з електронної комерції, розташованих за межами цього об'єднання, до реєстрації як платників ПДВ, нарахування, стягнення з їх клієнтів цього податку та внесення до бюджетів країн-членів;
- 3) у ЄС немає надійних інструментів та міжнародних повноважень, які б дозволяли повною мірою відстежувати операції з електронної комерції, що здійснюються між економічними агентами, розташованими в ЄС та поза межами цього об'єднання [80].

Подолання щонайменше останніх двох недоліків потребує кооперації та координації у глобальному масштабі, що є досить віддаленою перспективою, ураховуючи різницю в політичних курсах, економічному становищі країн світу, а також той факт, що ця кооперація та координація може сприйматися деякими країнами світу як необхідність відмови від частини їх суверенних прав [81, с. 26].

Для української економіки, в якій Інтернет-торгівля є новим видом бізнесу, що знаходиться на стадії розвитку, жорстке державне втручання у діяльність цих підприємств і максимальне податкове навантаження є неприпустимим. Передусім, це суперечить канонам розвитку ринкових відносин та вільної торгівлі й формує прошарок підприємств, які намагаються уникнути сплати податків. Державне регулювання необхідне, однак таке, яке не перешкоджатиме ефективному функціонуванню розвитку підприємств. Функція податкових органів повинна перетворитися з суто фіскальної (управляючої) на партнерську (обслуговуючо-контролюючу), яка з гармонійним податковим навантаженням і плановими перевітками електронних магазинів забезпечуватиме і наповнення держбюджету, і розвиток цієї торговельної ланки, і захист споживача від шахраїв, які «працюють» в нелегальних інтернет-магазинах. Пропонуємо зробити наголос на непрямому державному регулюванні, звернути увагу на ціноутворення деяких товарних груп, таких як дитяче харчування, медикаменти, товари першої необхідності тощо. Особливістю мережі Інтернет є неможливість фіксації постійного представництва компанії. США та Євросоюз запропонували спрощену процедуру сплати податків. Зокрема, запропоновано постачання електронних продуктів прирівняти до поставки послуг і оподатковувати за місцем знаходження покупця, а нерезидентів реєструвати як платників ПДВ замість реєстрації постійного представництва [81]

Зі зростанням популярності електронної торгівлі в Україні зростає зацікавленість до цієї галузі Державної податкової адміністрації. Восени 2009 р. місцевим податковим інспекціям доручили дослідити найменування існуючих інтернет-магазинів, виявити суб'єктів господарювання та ввести контроль над сплатою податків цих підприємств шляхом щомісячних перевірок [82]. Зацікавленість держави у стягненні податків з підприємств електронної торгівлі відображено також у Концепції законопроекту «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» [83]. У ній пропонують звузити перелік видів діяльності, які

підлягають спрощеному оподаткуванню. Серед іншого, обмежити у застосуванні спрощеної системи оподаткування суб'єктів господарювання пропонують тих, хто здійснює продаж товарів (послуг) через мережу Інтернет [83]. Вважається, що в умовах кризи та нестачі оборотних коштів зміна спрощеної системи оподаткування малого підприємництва недоцільна та може спричинити втрату працездатності невеликих Інтернет-магазинів, перехід багатьох із них у тінь, що негативно відобразиться на надходженнях до держказни. До того ж, підвищення податкового навантаження на підприємства електронної торгівлі спричинить зростання цін на продукцію (послуги), що відобразиться й на споживачах та може скоротити кількість підприємств електронної торгівлі, які не встоять перед змінами у фіскальній політиці. Необхідно врахувати, що в Україні електронний бізнес перебуває сьогодні на стадії зародження, потребує збалансованого податкового навантаження та державної підтримки задля ефективного розвитку цієї торговельної ланки.

Ще однією новітньою формою торгівлі, не врегульованою державою, є мережевий маркетинг (багаторівневий маркетинг MLM). В Україні ця форма популярна такими представниками MLM-брендів, як косметика Mary Key, Avon, Oriflame, Faberlic, біодобавки «Гербалайф», побутові товари AmWay, та багатьма іншими подібними фірмами, відомими майже кожному українцю. Діяльність таких компаній полягає в продажі своєї продукції шляхом залучення нових співробітників – «консультантів», які займаються продажем продукції за ціною каталогу (вона приблизно на 30-60% вища від ціни закупки). Консультант має дисконт (знижку від ціни у каталозі), отож різниця є його зарплатою. Зрозуміло, що консультант не платить жодних податків з продажу, адже ПДВ (або єдиний податок) вже сплатили зареєстрована фірма, товариство з обмеженою відповідальністю, приватне підприємство. Споживачами та водночас «продавцями» є «підписані» дистриб'ютори, яким безпосередньо продають товари. Оскільки податковій адміністрації каталоги ніхто не показує, то довести факт продажу «кінцевому покупцю», який не є членом «структури», практично неможливо. Звідси, окрім питання щодо

оподаткування (а країна втрачає мільйони гривень щороку), виникає ще й питання охорони прав споживача – «кінцевих покупців» продукції, адже жодної квитанції чи іншого документа, що посвідчує факт придбання продукту, у них немає. Продаж відбувається «з рук в руки» і базується на довірі [84]. Наприклад, у США чітко визначено, який обсяг продажу і на яку суму повинен здійснити «продавець» (власник фірми), адже податок сплачуватимуть у будь-якому разі з цієї фіксованої суми (15 млн дол. США, або 3 млн одиниць товару), якщо зовнішній аудит не виявить більший дохід. В Україні вже давно назріла необхідність розробки оподаткування цього виду бізнесу [76, с. 211].

Вирішення проблеми оподаткування результатів економічної діяльності за допомогою глобальних комп'ютерних мереж ускладнюється в усьому світі тим, що чинне законодавство скероване на регулювання традиційних відносин, а мережевий маркетинг не має правової основи для господарювання. Узаконення в Україні торговельної діяльності за допомогою мережевого маркетингу даватиме змогу розвиватися зазначеній ланці підприємництва, що, своєю чергою, сприятиме створенню нових робочих місць і, як наслідок, – надходженню додаткових коштів до бюджетів різних рівнів. Сьогодні у світі шаленими темпами відбувається вдосконалення телекомунікаційних систем, що активізує розвиток нового виду економічної діяльності – електронної комерції. Це дає змогу підприємцям та пересічним громадянам використовувати глобальну мережу Інтернет для ведення бізнесу, здійснення та оплати різноманітних замовлень, подання податкової звітності в електронному вигляді тощо [76, с. 211-212].

Загалом комерційні операції через Інтернет є прозорими, адже обов'язково проходять через банківські рахунки або касові апарати продавця. Однак і в цьому випадку виникають певні проблеми, спричинені специфікою електронної комерції. Наголосимо, що електронний бізнес сьогодні залишився поза увагою українського законодавства з питань оподаткування, отож

бюджет втрачає вагоме джерело доходів, а тіньовий сектор торгівлі розвивається [76, с. 212].

Якщо аналізувати досвід регулювання ринку онлайн-торгівлі економічно розвиненими країнами дозволяють зробити висновок, що наразі існує декілька напрямів державного регулювання комерційної діяльності у Всесвітній мережі:

1) Визнання мережі Інтернет як зони без податків. Цю концепцію підтримують США, Японія, Канада, Австралія та інші.

2) Адаптація традиційної податкової системи до нових умов, які створюються внаслідок розвитку ринку електронної комерції. Дану концепцію підтримують держави-члени ЄС. Деякі країни намагаються здійснювати заходи щодо стимулювання експорту чи імпорту. Найбільш показовими у стимулюванні транскордонних продажів є Китай та США [85, с. 19].

Система оподаткування суб'єктів ринку е-комерції США передбачає оподаткування саме продажів. При цьому, податок із продажів – це непрямий податок на кінцеве споживання. Він може стягуватися за місцем призначення, за джерелом продажів або за місцем реєстрації продавця. Останнє означає, що податок стягується за місцем розташування штаб-квартири організації. При обкладанні споживання за місцем призначення вичерпною податковою базою є споживання внутрішньодержавне. При стягненні податку за джерелом продажів базою буде споживання внутрідержавне плюс чистий експорт, тобто оподатковуванню буде підлягати все внутрішнє виробництво. У США база податку із дистанційних продажів, як правило, визначається за місцем призначення. Податок спрямовується в дохід штату, де була зроблена покупка. Але такий простий механізм працює тільки у випадку, якщо продавець або зареєстрований у цьому штаті, або є присутнім у ньому фізично. Під фізичною присутністю розуміється наявність декількох показників найманих робітників, складських площ, торговельних залів [85, с. 19].

Оподаткування суб'єктів ринку електронної комерції у Китаї спочатку здійснювалось шляхом застосування існуючих податкових правил про доходи

і доданої вартості. Поступово Китай вводить спеціальні податкові норми щодо регулювання ринку електронної комерції. Наприклад, в Китаї необхідною є обов'язкова реєстрація інтернет-магазинів та оприлюднення їх фактичного ID, що спрощує процедуру контролю урядовими органами. З 8 квітня 2016 року відмінені митні збори та знижено на 30% ПДВ та податок на споживання на товари, що продаються на ринку е-комерції cross-border.

На думку Т. Затонацької, О. Мельничук, в контексті митної політики найбільш корисним для України є досвід США. Вони рекомендують збільшити обсяг максимального рівня безмитного ввозу з метою активізації транскордонної торгівлі. Україні варто скористатися перевагами здійснення транскордонних продажів, що надаються окремими країнами, зокрема, Китаєм з метою виходу на зовнішні ринки, що сприятиме розширенню ринку. Загалом оподаткування суб'єктів ринку електронної комерції в Україні здійснюється на базі загальних правил щодо стягнення платежів із суб'єктів господарської діяльності, при цьому не враховуються специфічні умови функціонування ринку. Даний фактор обумовлює можливості та, відповідно, мотивацію бізнес-суб'єктів до повного або ж часткового ухилення від сплати податків. На їх думку, за основу для побудови національної системи оподаткування суб'єктів ринку е-комерції необхідним є запозичення певних заходів з досвіду оподаткування США та ЄС [85, с. 20].

Таким чином, законодавча база України має певні напрацювання, такі як закони України «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про електронний цифровий підпис» тощо. Перелічені нормативні акти створюють підґрунтя для подальшого нагляду за операціями купівлі-продажу у сфері інтернет-торгівлі, однак для вирішення питання податкового регулювання електронної економічної діяльності на території України необхідно впровадити базове законодавство з метою регулювання електронної комерції. Основою такого законодавства вважаємо закон про електронну комерцію, який визначатиме головні шляхи та інструменти державного регулювання та оподаткування електронного сегменту національної

економіки. Також доцільним є створення закону про захист прав суб'єктів Інтернет-торгівлі, який гарантуватиме юридичну силу угод, укладених за допомогою мережевих технологій.

Впровадженню в життя такого законодавства сприятиме створення спеціальної інфраструктури, яка обслуговуватиме сегмент електронного бізнесу та гарантуватиме функціонування механізму погашення податкових зобов'язань. Під час розробки цього законодавства слід враховувати досвід інших країн, щоб уникнути прогалин у податковому законодавстві та подвійного оподаткування.

Онлайн-торгівля набуває щораз більшого поширення та потребує специфічних умов оподаткування у зв'язку з її особливостями. Здійснені розробки можна впровадити у національну систему оподаткування, що забезпечуватиме розширення дохідної частини бюджету та унеможливить ухиляння суб'єктів господарювання від сплати податків.

Висновки до розділу 2:

Таким чином, в результаті дослідження у другому розділі магістерської роботи сформульовано такі результати:

1. Досліджено правову основу здійснення онлайн-торгівлі. На відміну від законодавства країн ЄС, законодавство України містить вкрай незначну кількість норм, покликаних регулювати безпосередньо онлайн-торгівлю. Втім, для активного включення України в систему електронної комерції ЄС першочерговим є: 1) активне впровадження базового устаткування, комп'ютерів та телекомунікацій, у тому числі й у сільській місцевості, що забезпечить розширення комп'ютерної грамотності населення і належний рівень розвитку інфраструктури; 2) стимулювання швидкого розвитку інфраструктури мережі, операторів мережі та створення декількох крупних вітчизняних Ітернет-порталів; 3) розвиток внутрішнього споживчого ринку,

підвищення купівельної спроможності шляхом досягнення стабільного економічного зростання.

Розвиток електронної торгівлі також значною мірою залежить від політики держави у цій сфері діяльності, і в першу чергу, від запровадження дієвої та зваженої нормативно-правової бази. Вирішення питань правового регулювання сфери послуг повинно стати основою для врегулювання наявних й потенційних ризиків, серед яких: ухилення від податків, шахрайство, порушення прав інтелектуальної власності тощо.

2. Удосконалено систему державного регулювання онлайн-торгівлі. Головною проблемою правового регулювання сфери онлайн-торгівлі в Україні на даному етапі розвитку визнано відсутність спеціального органу, що відповідає за формулювання і реалізацію державної політики у досліджуваній сфері.

Чинна модель регулювання торгівлі Міністерством економічного розвитку та торгівлі України, електронних сервісів – Державним агентством з питань електронного урядування, Держпродспоживслужби, діяльність якої скеровується Міністром аграрної політики та продовольства України, не забезпечує ефективного державного регулювання онлайн-торгівлі та захисту прав споживачів.

З метою прискорення розвитку електронної торгівлі в Україні для надання представникам бізнесу інформаційних і консультативних послуг доцільно створити на базі Міністерства спеціальний орган, який буде займатися проблемами побудови інформаційного суспільства, наприклад Національний Центр електронної торгівлі.

3. Розкрито особливості оподаткування електронної торгівлі. Законодавча база України має певні напрацювання, такі як закони України «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про електронний цифровий підпис» тощо. Перелічені нормативні акти створюють підґрунтя для подальшого нагляду за операціями купівлі-продажу у сфері Інтернет-торгівлі, однак для вирішення питання податкового регулювання

електронної економічної діяльності на території України необхідно впровадити базове законодавство з метою регулювання електронної комерції. Основою такого законодавства вважаємо закон про електронну комерцію, який визначатиме головні шляхи та інструменти державного регулювання та оподаткування електронного сегменту національної економіки. Також доцільним є створення закону про захист прав суб'єктів Інтернет-торгівлі, який гарантуватиме юридичну силу угод, укладених за допомогою мережевих технологій.

Впровадженню в життя такого законодавства сприятиме створення спеціальної інфраструктури, яка обслуговуватиме сегмент електронного бізнесу та гарантуватиме функціонування механізму погашення податкових зобов'язань. Під час розробки цього законодавства слід враховувати досвід інших країн, щоб уникнути прогалин у податковому законодавстві та подвійного оподаткування.

РОЗДІЛ 3

ПІДСТАВИ ТА ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

На сучасному етапі для розвитку онлайн-торгівлі є об'єктивна необхідність у неухильному дотриманні законів і підзаконних нормативно-правових актів усіма учасниками торгівельних відносин. Зрозуміло, що є факти порушення або невиконання приписів законодавства. Як наслідок, до правопорушника застосовується адміністративна відповідальність у сфері електронної торгівлі.

Адміністративна відповідальність у сфері онлайн-торгівлі – це вид юридичної відповідальності, яка полягає у застосуванні уповноваженими державними органами заходів державного примусу за порушення законодавства у сфері онлайн-торгівлі, тягне за собою накладення адміністративних стягнень і настання несприятливих наслідків для правопорушника, передбачає відновлення соціальної справедливості та належного функціонування правовідносин у сфері електронної торгівлі.

З огляду на вищевикладене, можна виокремити ряд ознак адміністративної відповідальності у сфері торгівлі: 1) різновид юридичної відповідальності; 2) настає за вчинення правопорушення, передбачені адміністративним законодавством; 3) полягає у накладенні адміністративних стягнень; 4) є формою адміністративного примусу; 5) накладається уповноваженими органами державної влади; 6) має на меті відновлення соціальної справедливості та правової рівноваги [82, с. 227].

Закон України «Про електронну комерцію» містить загальні норми щодо відповідальності у сфері електронної комерції. Зокрема ст. 17 передбачає, що сторони електронних правочинів відповідають за невиконання своїх зобов'язань у порядку, визначеному законом або договором. Постачальник послуг проміжного характеру в інформаційній сфері несе відповідальність за невиконання своїх зобов'язань у порядку, визначеному законом або

відповідним договором про надання таких послуг. Постачальник послуг проміжного характеру несе відповідальність за забезпечення технічного захисту інформації та здійснення контролю за ним у порядку, визначеному законодавством або відповідним договором про надання таких послуг. Постачальник послуг проміжного характеру несе відповідальність за зміст переданої та отриманої інформації та за шкоду, завдану внаслідок використання результатів таких послуг, за умови відсутності в його діях будь-якої з обставин, що звільняють його від відповідальності, встановлених статтею 9 цього Закону.

Згідно зі ст. 19 Закону порушення законодавства у сфері електронної комерції тягне за собою відповідальність, встановлену законом.

Глава 12 Кодексу України про адміністративні правопорушення передбачає адміністративну відповідальність за адміністративні правопорушення в галузі торгівлі, громадського харчування, сфері послуг, в галузі фінансів і підприємницькій діяльності. Кодекс не містить спеціальної глави щодо правопорушень у сфері онлайн-торгівлі. Серед вказаних правопорушень можна виокремити ті, що можуть відбуватися саме у сфері електронної торгівлі: порушення правил торгівлі і надання послуг працівниками торгівлі, громадського харчування та сфери послуг громадянами, які займаються підприємницькою діяльністю; порушення порядку проведення розрахунків; обман покупця чи замовника; порушення законодавства про захист прав споживачів; порушення порядку проведення готівкових розрахунків і розрахунків із використанням електронних платіжних засобів за товари (послуги); порушення порядку провадження господарської діяльності; порушення порядку подання декларації про доходи та ведення обліку доходів і витрат; порушення законодавства з фінансових питань; недобросовісна конкуренція; зайняття забороненими видами господарської діяльності; порушення законодавства про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування і загальнообов'язкове державне пенсійне страхування; неправомірні угоди між підприємцями;

порушення порядку припинення юридичної особи або підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця; порушення законодавства про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців і громадських формувань; порушення законодавства у сфері ліцензування видів господарської діяльності [83].

Слушною є думка О.О. Кукшинова про те, що адміністративна відповідальність в галузі торгівлі – це вид юридичної відповідальності, засіб захисту відносин у галузі торгівлі від протиправних, суспільно небезпечних і винних дій осіб, які посягають на встановлені правила торгівлі, шляхом застосування до осіб, які їх вчинили, уповноваженими на те органами на підставах і в порядку, передбачених чинним законодавством, адміністративних стягнень. Отже, є об'єктивна потреба у внесенні змін до Кодексу про адміністративні правопорушення, це викликано таким: наявний сьогодні перелік адміністративних правопорушень у галузі торгівлі, а також санкції за їх вчинення не виконують тієї виховної функції, яка закладена в основу адміністративної відповідальності та функції запобігання новим правопорушенням; рівень розмірів штрафів не відповідає інфляційним процесам; розміри штрафів не забезпечують необхідний рівень соціального захисту населення від порушень у галузі онлайн-торгівлі [84].

Крім того, поширеними під час онлайн-торгівлі є й кримінальні правопорушення. Проведений фахівцями Великої Британії аналіз шахрайства в електронній комерції (The Nilsen Report, 2015) показав, що найбільш поширеними видами шахрайства, які викликають максимальне занепокоєння, є крадіжки персональних даних (identity theft - 71%), фішинг (phishing - 66%) і злам аккаунта (account theft - 63%). Кредитні картки є найпопулярнішим об'єктом, оскільки шахрай може виконати транзакцію без наявності картки.

Загалом при крадіжці персональних даних (identity theft) метою шахраїв є проведення транзакцій під чужим іменем. У разі вчинення крадіжки персональних даних (identity theft), метою шахраїв зазвичай є особисті дані, такі як імена, адреси електронної пошти та адреси електронної пошти, а також

дані кредитних карт або інформація про аккаунт (рахунок). Це дозволяє шахраям, наприклад, здійснювати замовлення товарів в Інтернеті під чужим іменем і оплачувати їх, використовуючи чужу кредитну карту або списувати кошти з чужого рахунку. Фішинг (phishing) включає в себе використання фіктивних веб-сайтів, електронної пошти або текстових повідомлень для доступу до персональних даних. Є й інший метод, відомий як фармінг (pharming), коли фіктивні сторінки в браузері перенаправляють клієнтів на веб-сайт шахраїв, де такі клієнти вводять свої паролі та конфіденційні дані, вважаючи, що вони знаходяться на захищеній веб-сторінці їх банку або надійного Інтернет-магазину [85].

Існує й можливість фінансування незаконної діяльності, зокрема терористичної, що за умов здійснення онлайн-торгівлі не завжди може бути оперативно та достовірно встановлено. Тому потребує вдосконалення системи державного контролю за наявністю або відсутністю у заходах електронної торгівлі складів кримінальних правопорушень. Вказане обумовлює необхідність більш пильної уваги держави за дотриманням правових приписів під час здійснення онлайн-торгівлі, адже тривала безконтрольна діяльність із порушенням норм законодавства може призводити до виникнення у суб'єктів правовідносин хибного уявлення про їх безкарність, що може сприяти вчиненню ними кримінальних правопорушень і надалі. Тому ефективним механізмом адміністративної відповідальності за правопорушення у сфері електронної торгівлі є засіб попередження вчинення корисливих злочинів, а також легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансування тероризму та розповсюдження зброї масового знищення. Адміністративна відповідальність є феноменом, покликаним перш за все здійснювати виховання суб'єктів суспільних відносин в дусі неухильного дотримання правових приписів. Якщо законодавство у сфері дистанційної торгівлі та адміністративно-деліктне законодавство у вказаній сфері характеризуються наявністю прогалин і суперечностей, то замість виховного

ефекту, метою якого є підвищення рівня правової культури, можна отримати прямо протилежні наслідки [86].

Не менш важливим питанням, яке потребує вирішення вже сьогодні, є питання врегулювання відповідальності та захисту споживачів. У Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів на період до 2020 року, схваленій розпорядженням Кабінету Міністрів України від 29.03.2017 р., № 217-р, прямо зазначено: «Споживачі в Україні не захищені державою і законом внаслідок декларативного характеру проголошених прав та відсутності механізмів їх реалізації та відновлення» [87]. У зв'язку із цим, кожен споживач має самостійно запобігати виникненню будь-яких ризиків безпосередньо до моменту фактичного придбання товару в Інтернеті.

Неврегульованість питань захисту прав споживачів у сфері електронної торгівлі, відсутність дієвих механізмів захисту від нечесної торговельної діяльності, неефективність захисту прав споживачів при гарантійному обслуговуванні продукції зумовили розробку Мінекономіки проекту Закону України «Про захист прав споживачів» (у новій редакції).

Як слідує із пояснювальної записки, підготовлений законопроект пропонує, зокрема: поширити дію Закону України "Про захист прав споживачів" на сферу харчової продукції в частині економічних прав споживача (у разі порушення умов договору купівлі-продажу (доставки) харчової продукції в Інтернет-магазинах, при позначенні ціни продажу харчової продукції); визначити перелік інформації про продукцію та суб'єкта господарювання, яку він повинен надавати при здійсненні електронної торгівлі та відповідальність за відсутність такої інформації, крім того, відповідальність суб'єкта господарювання, що надає послуги торговельного електронного майданчику для розміщення товарів для продажу інших суб'єктів господарювання; визначити права та обов'язки споживачів в електронній торгівлі; звільнити суб'єктів господарювання від обов'язку створювати обмінний фонд товарів та сплачувати неустойку споживачеві за кожний день затримки виконання вимоги про надання товару аналогічної

марки (моделі, артикулу, модифікації) споживачеві та за кожний день затримки усунення недоліків товару понад установлений строк (14 днів); надати споживачеві право на заміну товару на такий самий або аналогічний, наявний у суб'єкта господарювання, у разі, якщо ремонт товару, придбаного споживачем, потребує більше 14 календарних днів; надати споживачеві право на зниження ціни або повернення коштів, якщо недолік товару з'являється після ремонту [7].

Також ініціюють, аби суб'єкт господарювання, який має намір здійснювати електронну торгівлю, подав у добровільному порядку на безоплатній основі центральному органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері захисту прав споживачів, відповідну декларацію.

Натомість суб'єкти господарювання, які пропонують продукцію для продажу через Інтернет-магазин, зокрема електронний торговельний майданчик або розміщують інформацію про продукцію через електронний сервіс порівняння продукції, будуть зобов'язані розмістити на відповідному веб-сайті інформацію про суб'єкта господарювання, достатню для його ідентифікації [87].

У межах розвитку внутрішнього законодавства України дороговказом слугують нормативно-правові акти Європейського Союзу. Так, розділ 20 „Захист прав споживачів” Угоди про асоціацію між Україною та ЄС містить у ст. 417 посилання на Директиву 97/7/ЄС [88]. Запровадження положень цієї Директиви у вітчизняне законодавство передбачено Планом імплементації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС на 2014–2017 рр. [89], де вказано кінцевий строк їх виконання – 2017 р., проте процедуру імплементації у документах не визначено.

Найбільш поширеними порушеннями прав споживачів у сфері онлайн-торгівлі є:

- відсутність ідентифікації продавців;
- ненадання споживачеві доступної, повної, достовірної та своєчасної інформації про товари, роботи і послуги (далі – покупки);

- неможливість для споживача перевірити якість покупки; – труднощі врегулювання спорів;

- відсутність невідворотності покарання недобросовісного продавця;
- відсутність або недостатність гарантій для споживачів тощо.

Продавець зобов'язаний до укладання е-договору надати споживачу інформацію про: споживчі властивості покупки; реквізити виробника; місцезнаходження продавця та його фірмове найменування; умови придбання та доставки товару; ціну і тарифи та їх незмінність протягом визначеного часу; строки служби і придатності; гарантійний строк; мінімальний строк дії договору у випадку, якщо договори на постачання продукції чи послуг виконуються постійно чи періодично (за необхідності) [90, с. 81].

Споживачам онлайн-торгівлі в Україні потрібні прості, чіткі та зрозумілі процедури взаємодії в єдиному інформаційному просторі е-торгівлі, які діють на ринку ЄС, зокрема:

- гарантії;
- позитивний імідж суб'єкта підприємницької діяльності;
- електронна взаємодія складових е-торгівлі;
- комплексний підхід;
- взаємодія е-сервісів;
- упровадження процесів е-логістики на рівні розвинутих країн;
- регулярне анкетування споживачів тощо.

Подання скарг та звернень для їх розгляду – право споживача при відновленні його законних прав. Він також має право на відповідні компенсації незалежно від форми торгівлі. У всіх випадках при з'ясуванні спірних ситуацій споживачеві необхідно мати відповідні документи та зберігати їх як доказову базу. Законом України „Про захист прав споживачів” визначено, що докази, подані в електронній формі та (або) у вигляді паперових копій електронних повідомлень, вважаються письмовими доказами, які можна використовувати в суді. Споживач має право на судовий захист своїх прав для вирішення спорів на внутрішньому ринку е-торгівлі та позасудовий захист.

Споживачі віддають певну перевагу альтернативним (досудовим або позасудовим) засобам захисту своїх порушених прав, керуючись можливістю більш швидкого врегулювання спору та економічними інтересами [90, с. 82].

Директива 97/7/ЄС рекомендує розвивати певні ініціативи з просування позасудових механізмів, внесення об'єктивних критеріїв для забезпечення надійності процедур, а також положень, необхідних для використання стандартних форм подання скарг. Споживачам важливо знати, що у випадку спірних ситуацій тягар щодо надання доказів покладається на продавця. В інтересах ефективного державного захисту прав споживачів у е-торгівлі важливо поширювати та пояснювати інформацію про механізми захисту. Така обізнаність допомагає споживачу розуміти власну відповідальність за свої рішення та вибір на ринку. Світовий досвід говорить, що знання національного законодавства про захист прав споживачів стає основою та ефективним інструментом у вирішенні спірних питань з продавцем. Для споживачів е-торгівля ставатиме дедалі важливішою, тому необхідно вжити відповідних заходів для консолідації внутрішнього законодавства і вимог ЄС.

Судова практика України показує, що судові спори у сфері онлайн-торгівлі є поширеними останнім часом, оскільки Інтернет-торгівля стала доволі популярним та вигідним способом реалізації товарів та послуг.

Якщо проаналізувати судові рішення за 2017-2020 роки в апеляційній та касаційній інстанціях, то найчастіше переглядалися такі категорії справ:

- 1) про скасування податкової консультації щодо застосування реєстраторів розрахункових операцій.

Наприклад, Постанова Другого апеляційного адміністративного суду від 14 січня 2020 р. (Справа № 520/7835/19). ФОП звернулась до суду із позовом, у якому просила скасувати індивідуальну податкову консультацію Головного управління ДФС у Харківській області. Рішенням Харківського окружного адміністративного суду від 03.10.2019 року позовні вимоги задоволено та скасовано індивідуальну податкову консультацію Головного управління ДФС у Харківській області [91].

Не погодившись із таким рішенням суду Головне управління ДФС у Харківській області подало апеляційну скаргу, в якій, посилаючись на порушення судом першої інстанції норм матеріального права, просило скасувати оскаржуване рішення. В обґрунтуванні вимог апеляційної скарги заявник посилається на порушення судом першої інстанції при прийнятті постанови норм матеріального та процесуального права, що призвело до неправильного вирішення справи.

З урахуванням положень ч. 1 ст. 3 ЗУ «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг», відповідно до якої суб'єкт господарювання зобов'язаний проводити розрахункові операції на повну суму покупки через зареєстровані, опломбовані у встановленому порядку та переведені у фіскальний режим роботи реєстратори розрахункових операцій з роздрукуванням відповідних розрахункових документів, що підтверджують виконання розрахункових операцій, та видати чек колегія суддів вирішила, що оскаржувана податкова консультація Головного управління ДФС у Харківській області є законною та скасуванню не підлягає.

Аналогічну справу про визнання протиправною та скасування індивідуальної податкової консультації було розглянуто Шостим апеляційним судом у Постанові від 07 листопада 2019 року (Справа № 826/17212/18). Проте суд прийняв протилежне рішення та залишив апеляційну скаргу Головного управління Державної фіскальної служби у м. Києві без задоволення [92].

2) про визнання протиправним та скасування податкового повідомлення-рішення щодо реєстрації розрахункових операцій (РРО)

Шостий апеляційний суд (Постанова від 03 вересня 2019 року (Справа № 640/2254/19) розглянув апеляційну скаргу Головного управління Державної фіскальної служби України у м. Києві на рішення Окружного адміністративного суду м. Києва від 05.06.2019 у справі за адміністративним позовом ТОВ «Фінансова компанія «Контрактовий дім» до Головного

управління Державної фіскальної служби України у м. Києві про визнання протиправним та скасування податкового повідомлення-рішення та залишив Апеляційну скаргу Головного управління Державної фіскальної служби України у м. Києві залишити без задоволення [93].

Суд дійшов висновку, що позивачем при прийманні готівки на поповнення рахунку, не здійснювалася розрахункова операція з приймання коштів від покупця за реалізацію послуг, а тому така операція в порядку Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг не є розрахунком, у зв'язку з чим доводи апелянта про необхідність застосування РРО є безпідставними.

У деяких ситуаціях великі платники податків порушують вимоги щодо РРО, не оприбутковуючи готівку в повному обсязі. Під час фактичної перевірки контролюючий орган встановлює ці порушення і застосовує до платника податків штрафні санкції. За відсутності інших підстав для скасування штрафів платникам податків слід звернути увагу на дату вчинення правопорушення та дату винесення ППР контролюючим органом. У деяких випадках штрафи за порушення законодавства з РРО оформлюються фіскальним органом після спливу річного терміну. У такій ситуації платникам податків слід будувати стратегію захисту з урахуванням висновків, викладених у постанові Львівського апеляційного адміністративного суду від 11.06.18 р. (Справа № 876/3129/18) [94].

Проаналізувавши доводи сторін, суд установив, що рішення контролюючого органу про застосування до платника податків штрафної фінансової санкції було прийнято 01.09.17 р., а порушення правил здійснення господарської діяльності (неоприбуткування готівки) мало місце у грудні 2015 року. Тобто порушення відбулося поза межами річного строку, визначеного ст. 250 Господарського кодексу (далі – ГК) для застосування адміністративно-господарських санкцій за зазначені порушення. У результаті таких висновків суду ППР про застосування штрафу за неоприбуткування готівки в повному обсязі було скасовано.

Шостий апеляційний суд у справі № 640/4618/19 Постановою від 30 квітня 2020 року розглянув апеляційну скаргу Головного управління Державної фіскальної служби у м. Києві на рішення Окружного адміністративного суду міста Києва від 21 січня 2020 року у справі за адміністративним позовом ТОВ «Фінансова компанія Леогеймінг Пей» до Головного управління Державної фіскальної служби у м. Києві про визнання протиправним та скасування податкового повідомлення-рішення [95].

Системний аналіз наведених вище положень свідчить про те, що законодавець у пункті 1 ст. 1 Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» фактично відніс поняття «операції з приймання готівки для подальшого її переказу» до розрахункових операцій, на які поширюється імперативна норма щодо обов'язкового здійснення таких операцій із використанням РРО. Невиконання таких приписів тягне за собою відповідальність, передбачену вказаним законом.

Аналогічний висновок викладений в постанові Верховного Суду від 30 липня 2019 року в справі № 826/715/18 [96].

Отже, зважаючи на визначення терміну «реєстратор розрахункових операцій», норми п. 3 ст. 3, п. 2 ст. 9 Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» під час здійснення операцій комерційних агентів банків та небанківських фінансових установ з приймання готівки для подальшого її переказу з використанням ПТКС (за винятком ПТКС, що дають змогу користувачеві здійснювати виключно операції з отримання коштів) мають застосовуватися РРО.

Суд, задовольнив апеляційну скаргу, вважаючи висновок контролюючого органу щодо порушення підприємством позивача дотримання порядку здійснення розрахункових операцій, і як наслідок правомірність спірного податкового повідомлення рішення.

3) про визнання протиправними та скасування постанов у сфері захисту прав споживачів.

Третій апеляційний адміністративний суд у Постанові від 07 жовтня 2019 року (справа № 160/3192/19) розглянув апеляційну скаргу Головного управління Держпродспоживслужби в Дніпропетровській області на рішення Дніпропетровського окружного адміністративного суду від 29 травня 2019 року за позовом фізичної особи-підприємця ОСОБА_1 до Головного управління Держпродспоживслужби в Дніпропетровській області про визнання протиправними та скасування постанов та залишив її без задоволення [97].

Апеляційний суд зробив висновок про те, наводячи в апеляційній скарзі положення ч. 2 ст. 13 ЗУ «Про захист прав споживачів» відповідачем лише перераховані пункти цієї частини статті без конкретизації, які саме вимоги та пункти порушені позивачем при укладанні договору на виготовлення товару на відстані. Крім того, колегія суддів також зазначає, що ст. 23 Закону України «Про захист прав споживачів», відповідно до якої на позивача накладені стягнення за обома оскарженими постановами, містить 3 частини, а частина 1 12 пунктів, за якими на порушників накладаються стягнення за різні види правопорушень, проте ні постанова № 7, ні постанова № 8 не містять посилань на конкретні частини та пункти, які є підставою для притягнення позивача до відповідальності, тобто відповідачем не визначені і не зазначені в оскаржених постановах конкретні норми, які стали підставою для накладення стягнень. Посилання в такому випадку і при таких обставинах на статтю 23 зазначеного Закону в цілому є недостатнім, оскільки остання лише в частині 1 містить 12 складів правопорушень і за яке з них притягується до відповідальності позивач не зазначено.

Шостий апеляційний суд у Постанові від 10 вересня 2019 р. Справа № 640/3872/19 розглянув апеляційну скаргу Головного управління Держпродспоживслужби в місті Києві на рішення Окружного адміністративного суду міста Києва від 15 квітня 2019 року за позовом

Фізичної особи-підприємця до відповідача Головного управління Держпродспоживслужби в місті Києві про визнання протиправною та скасування постанови про накладення стягнень [98].

Колегія суддів зазначила, що відповідачем, як при розгляді спору судом першої інстанції так і при апеляційному розгляді справи не наведено будь-яких інших доводів в підтвердження порушення ФОП ОСОБА_3 вимог п. 1 ст. 15 ЗУ «Про захист прав споживачів, не зазначено, яку ще, на переконання відповідача інформацію щодо товарів та послуг, позивач повинна була донести споживачеві.

З огляду на викладене, колегія суддів погодилась з висновками суду першої інстанції щодо протиправності та необґрунтованості спірного рішення про притягнення позивача до відповідальності та залишила Апеляційну скаргу Головного управління Держпродспоживслужби без задоволення.

Таким чином, найчастіше у судах апеляційної та касаційної інстанцій переглядаються рішення про скасування податкової консультації щодо застосування реєстраторів розрахункових операцій (РРО); про визнання протиправним та скасування податкового повідомлення-рішення щодо РРО та про визнання протиправними та скасування постанов у сфері захисту прав споживачів у сфері онлайн-торгівлі. Залежно від обставин та обґрунтованості, суди задовольняють такі скарги або залишають без задоволення.

Таким чином, на підставі викладеного вище можна зробити висновок, що адміністративна відповідальність за правопорушення у сфері онлайн-торгівлі є запорукою законності у системі господарських відносин, умовою протидії легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та розповсюдження зброї масового знищення.

Система адміністративної відповідальності включає до себе групу адміністративних деліктів, об'єктом яких є суспільні відносини в економічній сфері.

Адміністративні правопорушення, які містяться у Кодексі України про адміністративні правопорушення, характеризується певною застарілістю своїх

положень і не відповідають сучасному етапу розвитку суспільних відносин та особливостям інформаційних технологій. Це свідчить про необхідність вдосконалення адміністративно-деліктного законодавства з урахуванням тенденцій розвитку платіжних систем і підтверджує необхідність проведення більш глибоких досліджень об'єктивної сторони адміністративних правопорушень у сфері онлайн-торгівлі.

Висновки до розділу 3:

Проаналізовано проблемні аспекти адміністративно-правової відповідальності у сфері електронної торгівлі. Адміністративна відповідальність за правопорушення у сфері онлайн-торгівлі є запорукою законності у системі господарських відносин, умовою протидії легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та розповсюдження зброї масового знищення. Система адміністративної відповідальності включає до себе групу адміністративних деліктів, об'єктом яких є суспільні відносини в економічній сфері. Адміністративні правопорушення, які містяться у Кодексі України про адміністративні правопорушення, характеризується певною застарілістю своїх положень і не відповідають сучасному етапу розвитку суспільних відносин та особливостям інформаційних технологій. Це свідчить про необхідність вдосконалення адміністративно-деліктного законодавства з урахуванням тенденцій розвитку платіжних систем і підтверджує необхідність проведення більш глибоких досліджень об'єктивної сторони адміністративних правопорушень у сфері онлайн-торгівлі.

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі на основі проведеного дослідження виконано теоретичне обґрунтування та запропоновано вирішення актуального завдання щодо адміністративно-правового регулювання онлайн-торгівлі. Узагальнення наукових і прикладних результатів дозволило сформулювати такі висновки:

1. Відповідно до існуючих розробок у сфері онлайн-торгівлі набули подальшого розвитку визначення понять у сфері електронної комерції, що є необхідним з метою формування належної концепції щодо розуміння сутності електронної торгівлі.

Виявлено, що всі думки науковців щодо визначення онлайн-торгівлі (електронної торгівлі) можна умовно поділити на три групи. Перша здійснює розмежування електронної торгівлі на «електронну торгівлю», «електронну комерцію» чи «електронний бізнес». Друга група науковців розмежовує лише поняття «електронна торгівля» і «електронна комерція», зазначаючи, що поняття «бізнесу» в себе включає всі господарські операції суб'єкта господарювання, відповідно розглядати та розмежовувати електронну торгівлю на електронний бізнес та електронну торгівлю немає сенсу. Третя група науковців розглядає електронну торгівлю як сферу вчинення правочинів в електронній формі.

Отже, поняття «електронна торгівля» або «Інтернет-торгівля» є синонімами терміну «онлайн-торгівля», яку можна розглядати як процес купівлі-продажу за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, результатом якого є правочин, укладений в електронній формі.

Щодо ознак електронної торгівлі, то для цього виду діяльності характерними є ознаки підприємницької (комерційної) діяльності з тим лише застереженням, що провадиться цей вид діяльності через мережу Інтернет

2. Залежно від електронних пристроїв, якими можна забезпечити онлайн-торгівлю, її розділяють на такі види: комерція з використанням послуг

мобільного зв'язку; комерція з використанням інтерактивного цифрового телебачення; голосова комерція; універсальна комерція; динамічна комерція.

За об'єктами і суб'єктами онлайн-торгівля підрозділяється на: 1) B2B (бізнес - бізнесу); 2) B2G (бізнес - державі); 3) B2C (бізнес - клієнту); 4) C2C (клієнт-клієнту); 5) G2B (державна - бізнесу).

3. Проаналізовано найбільш важливі моменти процедури ведення електронної торгівлі та виокремлено таких її суб'єктів:

1) загальні суб'єкти: будь-які учасники цивільних правовідносин, передбачені ст. 2 ЦК України, а саме, юридичні та фізичні особи, держава Україна, Автономна Республіка Крим, територіальні громади, іноземні держави й інші суб'єкти публічного права, всі, хто є замовниками та постачальниками товарів або послуг через мережу Інтернет;

2) спеціальні (інституційні) суб'єкти: оператори (провайдери) телекомунікацій; оператори платіжних систем; центри засвідчення (підтвердження) електронно-цифрових підписів; реєстратори й адміністратори, що присвоюють мережеві ідентифікатори; хостинг-провайдери.

До спеціальних, або ж інституційних суб'єктів онлайн-торгівлі віднесено тих суб'єктів правовідносин, які є так би мовити «невидимими» суб'єктами, але без них процес ведення електронної комерції неможливий у технологічному сенсі, вони на різних етапах правовідносин можуть вплинути на безліч умов, наприклад, місце укладення договору, час укладення договору, місце та час виконання договору, підтвердження отримання повідомлення тощо.

4. Досліджено правову основу здійснення онлайн-торгівлі. На відміну від законодавства країн ЄС, законодавство України містить вкрай незначну кількість норм, покликаних регулювати безпосередньо онлайн-торгівлю. Втім, для активного включення України в систему електронної комерції ЄС першочерговим є: 1) активне впровадження базового устаткування, комп'ютерів та телекомунікацій, у тому числі й у сільській місцевості, що забезпечить розширення комп'ютерної грамотності населення і належний

рівень розвитку інфраструктури; 2) стимулювання швидкого розвитку інфраструктури мережі, операторів мережі та створення декількох крупних вітчизняних Ітернет-порталів; 3) розвиток внутрішнього споживчого ринку, підвищення купівельної спроможності шляхом досягнення стабільного економічного зростання.

Розвиток електронної торгівлі також значною мірою залежить від політики держави у цій сфері діяльності, і в першу чергу, від запровадження дієвої та зваженої нормативно-правової бази. Вирішення питань правового регулювання сфери послуг повинно стати основою для врегулювання наявних й потенційних ризиків, серед яких: ухилення від податків, шахрайство, порушення прав інтелектуальної власності тощо.

5. Удосконалено систему державного регулювання онлайн-торгівлі. Головною проблемою правового регулювання сфери онлайн-торгівлі в Україні на даному етапі розвитку визнано відсутність спеціального органу, що відповідає за формулювання і реалізацію державної політики у досліджуваній сфері.

Чинна модель регулювання торгівлі Міністерством економічного розвитку та торгівлі України, електронних сервісів – Державним агентством з питань електронного урядування, Держпродспоживслужби, діяльність якої скеровується Міністром аграрної політики та продовольства України, не забезпечує ефективного державного регулювання онлайн-торгівлі та захисту прав споживачів.

З метою прискорення розвитку електронної торгівлі в Україні для надання представникам бізнесу інформаційних і консультативних послуг доцільно створити на базі Міністерства спеціальний орган, який буде займатися проблемами побудови інформаційного суспільства, наприклад Національний Центр електронної торгівлі.

Але слід відзначити, що створення міністерствами і відомствами галузевих бізнес-порталів забезпечило здійснення онлайн-взаємодії підприємств галузі, які задіяні в єдиному технологічному циклі виробництва.

5. Розкрито особливості оподаткування електронної торгівлі. Законодавча база України має певні напрацювання, такі як закони України «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про електронний цифровий підпис» тощо. Перелічені нормативні акти створюють підґрунтя для подальшого нагляду за операціями купівлі-продажу у сфері Інтернет-торгівлі, однак для вирішення питання податкового регулювання електронної економічної діяльності на території України необхідно впровадити базове законодавство з метою регулювання електронної комерції. Основою такого законодавства вважаємо закон про електронну комерцію, який визначатиме головні шляхи та інструменти державного регулювання та оподаткування електронного сегменту національної економіки. Також доцільним є створення закону про захист прав суб'єктів Інтернет-торгівлі, який гарантуватиме юридичну силу угод, укладених за допомогою мережевих технологій.

Впровадженню в життя такого законодавства сприятиме створення спеціальної інфраструктури, яка обслуговуватиме сегмент електронного бізнесу та гарантуватиме функціонування механізму погашення податкових зобов'язань. Під час розробки цього законодавства слід враховувати досвід інших країн, щоб уникнути прогалин у податковому законодавстві та подвійного оподаткування.

7. Проаналізовано проблемні аспекти адміністративно-правової відповідальності у сфері електронної торгівлі. Адміністративна відповідальність за правопорушення у сфері онлайн-торгівлі є запорукою законності у системі господарських відносин, умовою протидії легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та розповсюдження зброї масового знищення. Система адміністративної відповідальності включає до себе групу адміністративних деліктів, об'єктом яких є суспільні відносини в економічній сфері. Адміністративні правопорушення, які містяться у Кодексі України про адміністративні правопорушення, характеризується певною застарілістю своїх

положень і не відповідають сучасному етапу розвитку суспільних відносин та особливостям інформаційних технологій. Це свідчить про необхідність вдосконалення адміністративно-деліктного законодавства з урахуванням тенденцій розвитку платіжних систем і підтверджує необхідність проведення більш глибоких досліджень об'єктивної сторони адміністративних правопорушень у сфері онлайн-торгівлі.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ:

1. Маєвська А.А. Електронна комерція і право: навч.-метод. посіб. Харків, 2010. 256 с.
2. Легенчук С.Ф., Скакун А.С. Сутність електронної комерції: обліковий вимір. *Вісник ЖДТУ*. 2011. № 4 (58). С. 59–65.
3. Jegorowa D. Rozwój segmentów rynku transakcji internetowych: VI Konferencja Informatyki Stosowanej. *Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Chełmie*. Chełm, 2007. 234 s.
4. Гайдулін О.О., Козир Ю.Г. Доктринальні аспекти інституалізації електронної комерції: розмежування базових понять. *Часопис Київського університету права*. 2017. № 4. С. 99-101.
5. Advertising and Marketing on the Internet: Rules of the Road. Federal Trade Commission. URL: www.consumer.ftc.gov/.
6. E-commerce. Online goods and services. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>.
7. Господарський кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р., № 436-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. №№ 18-22. Ст. 144. (Із змінами).
8. Нескороджена Л.Л. До питання визначення понять „електронний бізнес”, „електронна комерція”, „електронна торгівля”. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2017. № 5. С. 17-21.
9. Зубатенко О.М. Аналіз поняття „електронна комерція” у контексті Закону України „Про електронну комерцію”. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2016. Вип. 1. С. 32-34.
10. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про електронну комерцію» № 0957 від 27 листопада 2014 р., подана народними депутатами України О.В. Бельковою, Н.В. Агафоновим, О.М. Риженковим, О.П. Проданом, В.П. Розетко, О.Б. Мочковим, В.В. Карпунцовим, А.В. Шевченко, О.М. Азаровим. URL: <http://wl.cl.rada.gov>.

ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=52409.

11. Шалева І.О. Електронна комерція: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.

12. Царьов Р.Ю. Електронна комерція: навч. посіб. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010. 112 с.

13. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання). Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 97 с.

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

15. Желіховський В.М. Правові засади електронної комерції в Україні: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.07. Київ, 2007. 20 с.

16. Кот А.В. Сутність, становлення та перспективи розвитку електронної комерції в глобальному середовищі. *Технологический аудит и резервы производства*. 2015. № 2/6(22). С. 28–32.

17. Summer A., Dunkan Gr. E-Commerce. *NYH Publishing*, 1999. 263 p.

18. Кудіна О.Ю. Розвиток електронної торгівлі в умовах становлення глобального інформаційного простору. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму*. 2011. № 1 (4). С. 196–202.

19. Іванова К.Ю. Електронна комерція в Україні. Правове регулювання відносин у мережі Інтернет: монографія. А.П. Гетьман, Ю.Є. Атаманова, В.С. Мілаш та ін.; за ред. С.В. Глібка, К.В. Єфремової. Харків: Право, 2016. 360с.

20. Дутов М.М. Правове забезпечення розвитку електронної комерції: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.04. Донецьк, 2003. 17 с.

21. Маловичко С.В. Наукові підходи до визначення електронної торгівлі. *Наука і економіка*. 2016. № 1(49). С. 33–39.

22. Рєзнїкова В. Поняття, значення та перспективи правового забезпечення електронної комерції в Україні. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2015. № 2. С. 58–72.

23. Чучковська А.В. Правове регулювання господарських договорів, що вчиняються через мережі електрозв'язку: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. Київ, 2004. 20 с.

24. Мервінський О. Європейські вимоги щодо захисту персональних даних у сфері електронної комерції. *Правове, нормативне та метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні*. 2015. Вип. 2 (30). С. 34–40.

25. Помінова І.І. Переваги електронної торгівлі та перспективи її розвитку в Україні. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2011. Вип. 2. С. 235–243.

26. Борисова Ю.О. Цивільно-правове регулювання відносин у сфері електронної комерції: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. Київ, 2012. 19с.

27. Предпринимательская деятельность в сети Интернет. А.К. Жарова, В.М. Елин, М.В. Демьянец. Москва: ЮРКОМПАНИ, 2014. 440 с.

28. Шахбазян К.С. Міжнародно-правові основи регулювання відносин в мережі Інтернет: автореф. дис. ... канд. юрид наук: 12.00.11. Київ, 2009. 19 с.

29. Про заходи для розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет і забезпеченню широкого доступу до цієї мережі в Україні: Указ Президента України: від 31.07.2000 р.

30. Потапова Н.А. Логістика онлайн-торгівлі в контексті проявів глобалізації цифрової економіки. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 3. С. 62-77.

31. Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Електронна комерція: навч. посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с.

32. Форми, види, інструменти електронної комерції. URL: http://ecomm.kbuapa.com.ua/data/uploads/1_2.pdf.

33. Пиголкин А.С., Головистикова А.Н., Дмитриев Ю.А. Теория государства и права: учеб. Под ред А.С. Пиголкина, Ю.А. Дмитриева. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 516 с.
34. Абдуллаев М.И. Теория государства и права: учеб. Москва, 2004. 410с.
35. Мелехин А.В. Теория государства и права: учебник. Москва: ЮСТИЦИЯ, 2019. 326 с.
36. Зеліско А.М., Байцар Р.І. Розвиток нормативно-правового регулювання електронної комерції в Україні. *Стандартизація. Сертифікація. Якість*. 2016. № 3. С. 39-44.
37. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р., № 435. *ВВРУ*. 2003. № 40-44. Ст. 356. (Із змінами).
38. Шаблієнко А. Суб'єкти правовідносин у сфері електронної комерції. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2015. № 1. С. 84–90.
39. Цивільний кодекс України: постатейний коментар у 2-х ч. За ред. А.С. Довгєрта, Н.С. Кузнецової. Київ: Юстиніан, 2006. 1008 с.
40. Про телекомунікації: Закон України від 18.11.2003 р., № 1280-IV. *ВВРУ*. 2004. № 12. Ст. 155.
41. Про затвердження Правил надання та отримання телекомунікаційних послуг: Постанова Кабінету Міністрів України від 11.04.2012 р., № 295. *Офіційний вісник України*. 2005. № 32. Ст. 284.
42. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 15.12.1993 р., № 3689-XII. *ВВРУ*. 1994. №7.
43. Про затвердження Порядку підключення до глобальних мереж передачі даних: Постанова Кабінету Міністрів України від 12.04.2002 р., № 522. *Офіційний вісник України*. 2002. №16. С. 129.
44. Вимоги до реєстратора. URL: <http://hostmaster.net.ua/?faqreg1>.
45. Про електронний цифровий підпис: Закон України від 22.05.2003 р., № 852-IV. *ВВРУ*. 2003. № 36. Ст. 276.

46. Патраманська Л.Ю. Електронна комерція в Україні та Польщі: порівняльний аналіз. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. № 1. С. 209-215.

47. United Nations Conference on Trade and Development. (2015). Information economy report. URL: <http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1146> (дата звернення: 02.09.2020).

48. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р., № 2657-XII. *ВВРУ*. 1992. № 48. Ст.650.

49. Про зв'язок: Закон України від 16.05.1995 р., № 160/95-ВР: [втратив чинність]. *ВВРУ*. 1995. №20. Ст. 143.

50. Про Національну програму інформатизації: Закон України від 4 лютого 1998 р., № 74/98-ВР. *ВВРУ*. 1998. № 27-28. Ст.181.

51. Про Концепцію Національної програми інформатизації: Закон України 4 лютого 1998 р., № 75/98-ВР. *ВВРУ*. 1998. № 27-28. Ст.182.

52. Про платіжні системи та переказ грошей в Україні: Закон України 5 квітня 2001 р., № 2346-III. *ВВРУ*. 2001. № 29. Ст.137.

53. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22 травня 2003 р., № 851-IV. *ВВРУ*. 2003. № 36. Ст.275.

54. Про електронний цифровий підпис: Закон України від 22 травня 2003 року, № 852-IV. *ВВРУ*. 2003. № 36. Ст.276.

55. Про телекомунікації: Закон України від 18 листопада 2003 р., № 1280-IV. *ВВРУ*. 2003. № 36. Ст.276.

56. Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет і забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні: Указ Президента України від 31.07.2000 р., № 928/2000. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/928/2000#Text> (дата звернення: 05.09.2020).

57. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р., № 675-VIII. *ВВРУ*. 2015. № 45. Ст.410.

58. Типовий закон ЮНСІТРАЛ щодо міжнародного торгівельного арбітражу. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_879 (дата звернення: 05.09.2020).

59. Directive 1999/93/EC of the European Parliament and of the Council of 13 December 1999 on a Community framework for electronic signatures. *EUR-Lex*. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31999L0093> (дата звернення: 05.09.2020).

60. 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). *EUR-Lex*. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32000L0031> (дата звернення: 05.09.2020).

61. Directive 2001/29/EC of the European Parliament and of the Council of 22 May 2001 on the harmonisation of certain aspects of copyright and related rights in the information society. *EUR-Lex*. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32001L0029> (дата звернення: 05.09.2020).

62. Засенко О.Ю. Конвергенція сучасних інструментів системи електронної комерції Європейського Союзу. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/2928/2623 (дата звернення: 07.09.2020).

63. Білявська Ю.В. Регулювання електронної комерції в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 10 (37). С.336-339.

64. Макарова М.В. Тенденції розвитку цифрової економіки: монографія. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2004. 236 с.

65. Положення про Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів: Постанова Кабінету Міністрів України від 2 вересня 2015 року, № 667. *Офіційний вісник України*. 2015. № 73. Ст. 44.

66. Титамир О. Чому в Україні захист прав споживачів є здебільшого фіктивним? URL: <https://delo.ua/opinions/chomu-v-ukrajini-zahistprav-spozhivachiv-je-zde-352134/> (дата звернення: 03.10.2020).

67. Положення про Міністерство юстиції України: Постанова Кабінету Міністрів України від 2 липня 2014 р., № 228. *Офіційний вісник України*. 2014. № 54. Ст. 88.

71. Антохонова І., Полухіна О. Про використання інформаційних технологій і їх вплив на розвиток економіки. *Питання статистики*. 2010. № 5. С. 61-67.

72. Згуровський М. Суспільство знань та інформації – тенденції, виклики, перспективи. URL: https://zn.ua/ukr/business/suspilstvo_znan_ta_informatsiyi_tendentsiyi_vikliki_per_spektivi.html (дата звернення: 03.10.2020).

73. Воробйова О. Основні механізми державного регулювання розвитку електронного бізнесу в Україні. URL: [www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2012/2012_02\(13\)/12voprebu.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2012/2012_02(13)/12voprebu.pdf) (дата звернення: 03.10.2020).

74. Лега О.В. Інтернет-торгівля: облік та оподаткування. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 43. С. 161-166.

72. Електронна комерція: правові засади та заходи удосконалення: монографія. В. Брижко, А. Новицький, В. Цимбалюк, М. Швець; за ред. М. Швеця, А. Москаленко, О. Гладківської. Київ: НДЦПІ АПрН України, 2008. 149 с.

73. Крохіна А., Федунь Ю. Державне регулювання та оподаткування Інтернет-торгівлі в Україні. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. 2017. Випуск 41. С. 208–214.

74. The Asia Internet Coalition (2017, June). Indirect Taxation Challenges in the Digital Economy. *AIC Tax Policy Paper*. 4 P.

75. Гаркушенко О.М. Податки на продажі в цифрову епоху: уроки для України: науково-аналітична доповідь. Київ: НАН України, Ін-т економіки пром-сті, 2018. 42 с.

76. KPMG International. *To OECD Task Force on the Digital Economy*. KPMG. 2017, October. URL: <https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/10/tnf-oecd18-2017.pdf> (дата звернення: 04.10.2020).

77. McLure, C.E. Jr. Taxation of Electronic Commerce in the European Union. *Hoover Institute, Stanford University*. 2002. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.95.5517&rep=rep1&type=pdf> (дата звернення: 09.10.2020).

78. Тедеев А.А. Право Інтернету у країнах: концепції оподаткування суб'єктів електронної комерції (електронної економічної діяльності). URL: http://ref.net.ua/_47169.html (дата звернення: 09.10.2020).

79. Usage and population statistics. *Internet World Stats*. URL: www.internetworldstats.com/am/us.htm (дата звернення: 09.10.2020).

80. Maguire S. Internet Taxation: Issues and Legislation. *Congressional Research Service*. URL: www.researchgate.net/publication/326352600_Internet_taxation_Issues_and_legislation (дата звернення: 09.10.2020).

81. Швабій К.І. Вплив глобалізацій на систему оподаткування та податкову політику України. URL: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=OOAExQkAAAAJ&hl=ru> (дата звернення: 09.10.2020).

82. Лисенко С.С. Адміністративна відповідальність у сфері торгівлі. *Прикарпатський юридичний вісник*. 2015. Вип. 3 (9). С. 225-231.

83. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 7 грудня 1984 р., № 8073-X. *Відомості Верховної Ради УРСР*. 1984. № 51.

84. Кукшинов О.О. Особливості адміністративної відповідальності за правопорушення в галузі торгівлі. *Молодий вчений*. 2015. № 3 (18). С. 145–149.

85. Найпопулярніші способи шахрайства в електронній комерції. *Найпопулярніші способи шахрайства*. URL: <https://cutt.ly/JhcEH6J> (дата звернення: 07.11.2020).

86. Куварзін О.С. Адміністративні правопорушення у торговельній діяльності, пов'язані зі здійсненням дистанційних розрахунків. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2019. № 4 (Ч. 2). С. 174-176.

87. Правила захисту прав споживачів у разі купівлі в Інтернеті зміняться. *Правила захисту прав споживачів*. URL: https://buh.ligazakon.net/ua/news/198376_pravila-zakhistu-prav-spozvivachv-u-raz-kupvl-v-nternet-zmnyatsya (дата звернення: 07.11.2020).

88. Про захист прав споживачів в дистанційних контрактах: Директива 97/7/ЄС Європейського парламенту та Ради Європи від 20.05.1997 р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_245 (дата звернення: 11.11.2020).

89. Про імплементацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.09.2014 р., № 847р *Офіційний вісник України*. 2014. № 77. Ст. 178. (дата звернення: 06.09.2020).

90. Плєскач В.Л., Затонацька Т.Г., Олексюк Л.В. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні. *Економіка України*. 2017. № 11. С. 73-84.

91. Постанова Другого апеляційного адміністративного суду від 14 січня 2020 р. (Справа № 520/7835/19). *Єдиний державний реєстр судових рішень*. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/86996478> (дата звернення: 01.11.2020).

92. Постанова Шостого апеляційного суду від 07 листопада 2019 року (Справа № 826/17212/18). *Єдиний державний реєстр судових рішень*. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/85450037> (дата звернення: 01.11.2020).

93. Постанова Шостого апеляційний суд від 03 вересня 2019 року (Справа № 640/2254/19) *Єдиний державний реєстр судових рішень*. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/84133356> (дата звернення: 07.11.2020).

94. Постанова Львівського апеляційного адміністративного суду від 11.06.18 р. (Справа № 876/3129/18). *Єдиний державний реєстр судових рішень*. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-raschety-8-shtrafy-porro-internet-magaziny-i-zashhita-ot-zhalob-pokupatele> (дата звернення: 08.11.2020).

95. Постанова Шостого апеляційного суду від 30 квітня 2020 року (справі № 640/4618/19) *Єдиний державний реєстр судових рішень*. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/89012314> (дата звернення: 09.11.2020).

96. Постанова Верховного Суду від 30 липня 2019 року (справа № 826/715/18). *Єдиний державний реєстр судових рішень*. URL: <https://verdictum.ligazakon.net/document/85678754> (дата звернення: 02.11.2020).

97. Постанова Третього апеляційний адміністративний суд від 07 жовтня 2019 року (справа № 160/3192/19). *Єдиний державний реєстр судових рішень*. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/85146954> (дата звернення: 01.11.2020).

98. Постанова Шостого апеляційноного суду від 10 вересня 2019 р. (Справа № 640/3872/19). *Єдиний державний реєстр судових рішень*. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/84334602> (дата звернення: 03.11.2020).