Список використаних джерел

1. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України № 2051-19 від 16 листопада 1992 року (зі змін. і допов.) // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 1. – Ст. 1.
2. Бєльська Т. Комунікаційна взаємодія влади та громадськості в інформаційному суспільстві / Т. Бєльська // Публічне управління: теорія та практика. – 2012. – № 3(11). – С. 163-169.
3. Іванова Н. Інформаційні структури громадянського суспільства в процесі розбудови правової держави / Н. Іванова // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. – 2016. – № 43. – С. 47-56.
4. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. – К.: ТОВ «Ваклер», 2007. – 304 с.
5. Селезньова О.М. Теоретико-методологічні засади інформаційного права України як інтегрованої категорії: [дис. на здобуття наук. ступеня д-р. юрид. наук: спец. 12.00.07 «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право»] / О.М. Селезньова. – Київ, 2015. – 420 с.

УДК 346.7(043.2)

Козир Ю. Г.

студентка юридичного інституту
ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана», м. Київ, Україна
Науковий керівник: ***Гайдулін О.О.,*** *к.філ.н., к.ю.н., доцент*

ПРАВОВА ПРИРОДА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ: ТЕОРЕТИКО-КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ

Нині електронна комерція та електронний бізнес стали дуже важливим компонентом стратегії розвитку бізнесу загалом та сильним каталізатором розвитку економіки держав. Інтеграція інформаційних та комунікаційних технологій в бізнес спричинила значні зміни у побудові відносин між суб'єктами приватного права та в деяких випадках публічного права.

Електронна комерція (E-commerce, Інтернет-торгівля, електронна торгівля) – це широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з

надання споживачам товарів та послуг. Також під електронною комерцією розуміють будь-які форми ділових операцій, де сторони взаємодіють через електронні технології, а не в процесі фізичного обміну чи контакту [3, с. 112]. Слід звернути увагу на те, що електронну комерцію слід розглядати у широкому та вузькому значеннях: у широкому сенсі електронна комерція – це спосіб товарообміну з використанням комп'ютерних мереж, що включає різноманітні операції (купівлю-продаж, постачання тощо), а у вузькому – це власне торгівля товарами та послугами через комп'ютерні мережі.

Окремо слід звернути увагу на те, що «електронна комерція», «електронна торгівля» та «електронний бізнес» – це не тотожні поняття. Під електронною торгівлею розуміють лише відносини купівлі-продажу товарів [4, с. 528]. Електронна ж комерція – це явище більш широке за змістом, ніж електронна торгівля і включає в себе не лише купівлю-продаж, а й надання послуг, виконання робіт тощо. Електронний бізнес – це не лише зобов'язальні правовідносини, що виникають між суб'єктами, але 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 електронний бізнес. Але це зовсім не означає, що вони не можуть існувати окремо. Тобто можливе здійснення електронної комерції без ведення електронного бізнесу і навпаки. Однак, вести електронну торгівлю – значить вести електронну комерційну діяльність.

Існує декілька критеріїв класифікації електронної комерції. Найголовніший критерій розмежування – за суб'єктами, що беруть участь у відносинах товарообігу [9, P. 19-20.]. Залежно від цього критерію виділяють такі види електронної комерції: B2B (business-to-business); B2C (business-to-consumer); B2G (business-to-government); C2C (consumer-to-consumer); M-commerce (mobile commerce). Якщо звертатись до другого критерію, то він полягає у поділі електронної комерції залежно від засобу, за допомогою якого вона здійснюється: traditional e-commerce (власне електронна комерція), m-commerce (електронна комерція через мобільні девайси), T-commerce (електронна комерція через так звані Smart-TV).

Як справедливо зазначає О. О. Гайдулін, інституціоналізація права електронної комерції має бути реалізована через інтернаціоналізацію цієї галузі, яка переважно здійснюється на основі міжнародних конвенцій [1].

До таких джерел, що регламентують електронну торгівлю, належать: Конвенція Організації Об'єднаних Націй про використання електронних повідомлень у міжнародних договорах (Нью-Йорк, 2005 р.), Типовий закон ЮНСІТРАЛ про електронні підписи (2001 р.), Типовий закон ЮНСІТРАЛ про електронну торгівлю (1996 р.), Рекомендації для урядів і міжнародних організацій щодо правового значення записів на ЕОМ (1985 р.), Сприяння зміцненню довіри до електронної торгівлі: правові питання міжнародного використання електронних методів посвідчення дійсності та підписання (2007 р.).

У Європейському Союзі сформувалася специфічна модель міжнародно-правового регулювання електронної комерції, за якої одночасно діє міжнародне право, що становить інтегральну складову частину права Європейського Союзу, наднаціональне право, обов'язкове для держав-членів Європейського Союзу, а також національне право країн членів Європейського Союзу. При тому норми наднаціонального права, що стосуються електронної комерції, не повинні перебувати в суперечності з нормами міжнародного права [7, P. 233.]. У міжнародно-правовому регулюванні електронної комерції в Європейському Союзі основну роль відіграє міжнародне право. Тобто типові закони повинні бути основою для національного законодавства у питаннях, що стосується електронної комерції. Обґрунтування основних принципів та критеріїв розроблення систем національного законодавства становить основу для подальшого розроблення даної проблематики.

Основні засади діяльності у сфері електронної комерції отримали законодавче закріплення в Україні протягом 2004–2006 рр. через прийняття Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг», Закону України «Про електронний цифровий підпис» та внесенням змін до Законів України «Про інформацію» і «Про захист прав споживачів» [6].

Хоча українською владою уже були зроблені перші кроки для врегулювання питань функціонування електронної комерції, важливою датою стало 30 вересня 2015 року, коли набув чинності основний документ, який визначає організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції, встановлює порядок вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем – це Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09. 2015 року № 675-VIII [5]. Саме цей закон дає правове визначення поняття «електронна

комерція» (до нього визначення в українському правовому полі не існувало) – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру.

До основних проблем функціонування електронної комерції слід віднести наступні: безпечність; значні терміни доставки товарів; недостатнє нормативно-правове забезпечення; недостатня компетентність та кваліфікація працівників щодо застосування електронної комерції та інформаційних технологій; надзвичайно широка варіація товарів та втрати у часі; високі ризики невідповідності продукції з її якісними та фізичними характеристиками в мережі; відсутність обліку та офіційних статистичних даних держслужби статистики, яка б досліджувала питання розвитку електронної комерції та прогнозувала певні економічні тенденції; труднощі при укладанні договорів та фінансових угод, особливо на рівні бізнес-бізнес;

Для України необхідне налагодження електронної комерції у сфері «G2C» та «G2B». Адже державний контроль щодо електронних трансакцій практично відсутній. Необхідно збільшувати кількість інвестицій у високотехнологічну сферу та виділяти кошти для технічного оновлення матеріальної бази підприємств та установ, а також проводити навчання зі зростанням технічних навичок трудового персоналу [8]. Перспективними є сектори Інтернет-банкінгу та безготівкові операції оплати товарів та послуг, а також розвиток роздрібної торгівлі в Інтернеті. Фахівці стверджують, що з розвитком електронної комерції необхідний принцип технологічної нейтральності, який передбачає нейтралітет роботи провайдерів та операторів [2].

У сфері електронної комерції, на нашу думку, регулювання має бути спрямовано на розвиток приватно-правового, 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. Однак, «кістяком» цього правового інституту має бути обмежена кількість уніфіковані правил – наприклад тих, які врегульовують звітність, електронні цифрові підписи, порядок реєстрації та документи, що підтверджують право на певні доменні імена та інші фактично існуючі об'єкти.

Список використаних джерел

1. Гайдулін О. О. Міжнародно-правові засади інституту електронних договорів // Юридична наука № 12/2014 – С. 177-182.
2. Дубенська «E-commerce в Україні: розвиток попри кризу» [Електронний ресурс] Економічна правда, 2015 [Режим доступу] https://www.epravda.com.ua/publications/2015/10/27/564857/
3. Маєвська А. А. Електронна комерція і право: навч.-метод. посібник / А. А. Маєвська. – Х. : 2010. – 256 с. 7. Електронна комерція [Електронний ресурс]. − Режим доступу: http://www.bizmost.biz.
4. Організація торгівлі: [підручник] / [Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М. та ін.,]; за редакцією В.В. Апопія. – [2-е вид., перероб. та доп.] – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с.
5. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII [Текст]. – Відомості Верховної Ради України. – 2015. – № 45 – С. 410. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/675-19
6. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки: Закон України від 09.01.2007 р. № 537-V [Текст]. – Відомості Верховної Ради України. – 2007. – № 12 – С. 511. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/537-16
7. Brown K. The World Economics and Internet [Text] / K. Brown, P. Siegl. — Sydney : NUS Commerce Press, 1999.
8. E-COMMERCE IN UKRAINE 2013-2015: From troubled times to future growth Sept. 2015 [Електронний ресурс] [Режим доступу] http://uadn.net/files/ua_ecommerce.pdf
9. Ravi Kalakota and Andrew B. Whinston, Electronic Commerce: A Manager’s Guide (USA: Addison Wesley Longman, Inc., 1997)