

Пука М.П.

Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ

У статті розглянуто ключові питання які стосуються правового регулювання електронної торгівлі в умовах глобалізації. Констатовано, що інформаційне суспільство, яке нині все активніше розгортається і входить в наше життя, демонструє свої технології і переваги для людства. Так, зокрема, використання інформаційно-комунікаційних систем сприяли прискоренню передачі інформації, надання різноманітних послуг, укладання угод, зокрема правочинів, що пов'язані з торгівлею та іншими видами господарської діяльності. Безперечно, що все це відбувається під впливом глобалізації, яка значно підсилює процеси цифрової трансформації. Проаналізовано зміст і співвідношення понять «електронна торгівля» та «електронна комерція» як нових видів господарської діяльності.

Вказано на те, що сьогодні провідні держави світу впевнено тримають першість на ринку електронної торгівлі. Підкреслено, що намагання розширювати можливості електронної торгівлі в нашій державі вимагають, передусім, належного правового регулювання цієї сфери. Проаналізовано сучасний стан правового регулювання електронної торгівлі та підкреслено потребу подальшого імплементації норм міжнародного права, особливо європейського, що існує в досліджуваній площині, що зумовлено незмінним рухом України до Європейського Союзу.

Розкрито роль електронної торгівлі у розвитку економічного потенціалу України. Підкреслено вагомість використання усіх потенціалів електронної комерції для налагодження тісних, сталих зв'язків, спрямованих на зростання економічного потенціалу держави. Окрім того, наголошено на тому, що електронна торгівля містить не лише позитивні аспекти, але й несе у собі низку потенційних та реальних ризиків, що пов'язані з багатьма аспектами, особливо для споживачів (невідповідність товару тим характеристикам, які були заявлені або ж несприятливі умови повернення товару, порушення конфіденційності та розповсюдження персональних даних клієнта).

Ключові слова: електронна торгівля, електронна комерція, глобалізація, інформаційне суспільство, електронний правочин, інформаційно-комунікаційні системи, правове регулювання.

Постановка проблеми. Інформаційне суспільство, яке нині все активніше розгортається і входить в наше життя, демонструє свої технології і переваги для людства. Так, зокрема, використання інформаційно-комунікаційних систем сприяли прискоренню передачі інформації, надання різноманітних послуг, укладання угод, зокрема правочинів, що пов'язані з торгівлею та іншими видами господарської діяльності. Безперечно, що все це відбувається під впливом глобалізації, яка значно підсилює процеси цифрової трансформації. Натомість, як новий вид господарської діяльності, електронна торгівля потребує детального правового регулювання, а це, у свою чергу, зумовлює потребу наукового аналізу вказаної сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто зауважити, що інформаційно-правові відносини упродовж останніх років є предметом активного наукового пошуку серед українських вчених. Різноманітні аспекти цієї проблематики, зокрема,

правового регулювання таких нових категорій як «електронна комерція», «електронна торгівля», «електронна держава», «електронні послуги» та ін. розглядалися такими науковцями як І. В. Арістова, О. О. Ашурков, О. А. Баранов, А. І. Берлач, К. І. Беляков, О. Г. Дроздова, Р. А. Калюжний, В. В. Коваль, І. О. Лазнева, В. А. Ліпкан, А. М. Новицький, О. І. Остапенко, С. В. Петков, М. Я. Швець, О. М. Яценко та ін.

Постановка завдання. Мета статті полягає у з'ясуванні змісту категорії «електронна торгівля» та її правового регулювання у вітчизняній правовій системі.

Виклад основного матеріалу. Нині доводиться констатувати, що глобальний інформаційний простір не залишив без свого охоплення практично жодного регіону землі. Мережа Інтернет, яка сьогодні є глобальним ресурсом, використовується майже усіма державами та людьми, які її населяють. Сьогодні важко уявити, що людство

може обійтися без таких благ інформаційного суспільства, які досить вагомо спростили життя людини. Варто зауважити, що таких благ цивілізації сьогодні можна нарахувати багато і одним з них виступає електронна торгівля.

Як зауважує Р. Еннан, таке поняття як «електронна комерція» є доволі новим для ділової і правової практики, а тому, наголошує вчений, і сама правова основа регулювання відносин, що виникають у цій сфері знаходиться на стадії створення. Науковець підкреслює, що «на рівні міжнародних організацій і законодавства окремих країн світу лише з 90-х років ХХ ст. почалася робота з прийняття комплексних нормативно-правових актів, присвячених регулюванню відносин, що виникають під час учинення правочинів через мережі електрозв'язку, що пов'язано зі складністю та новизною правовідносин електронної комерції» [1, с. 87].

Водночас, Р. Еннан, вважає, що «електронна (комерція) торгівля пов'язана з укладанням комерційних договорів у режимі он-лайн з використанням електронних засобів зв'язку. Ідеться передусім про просування товару чи надання послуги на ринку за допомогою глобальної мережі Інтернет, а також здійснення розрахунків за допомогою електронних платіжних систем. Електронна економіка (веб-економіка) оперує з цифровими даними та включає в себе способи отримання прибутку з використанням мережі Інтернет. Складником електронної економіки (веб-економіки) є Інтернет-магазини, Інтернет-ЗМІ, он-лайн реклама, он-лайн розваги тощо» [1, с. 87].

При цьому вчений, цілком аргументовано звертає увагу на правову основу, що регулює цей сегмент у світовому масштабі, коли власне таке регулювання постійно ускладнюється стрімкою динамікою щодо зміни технологій і глобалізаційним впливом на економічні відносини. У цьому контексті, Р. Еннан, акцентує на функціонуванні в Європейському Союзі програми «Електронна Європа», що має на меті «широке застосування новітніх інформаційних технологій громадянами ЄС, формування нового, єдиного наднаціонального законодавства на рівні ЄС» [1, с. 87].

Україна також попри усі складнощі нашого сьогоднішнього життя, активно працює над створенням національної основи регулювання досліджуваної сфери. Так, на думку О. С. Кізлової, український ринок електронної торгівлі отримав офіційне закріплення з прийняттям Закону України «Про електронну комерцію», який набув чинності 30.09.2015, орієнтиром для якого стала

Директива № 2000/31/ЄС «Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема електронної комерції, на внутрішньому ринку» від 08.06.2000 [2, с. 86].

Отож, ст. 3, прийнятого Закону було визначено, що:

«1) електронна комерція – 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-комунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру;

2) електронна торгівля – господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-комунікаційних систем» [3].

Варто також наголосити, що наша державна в рамках зобов'язань, взятих на себе з метою вступу до ЄС, активно працює над впровадженням європейського законодавства в галузі якості продукції, а саме – переходу від нагляду за виробничим процесом до нагляду за якістю готових товарів (ринкового нагляду) [4, с. 62–66]. Свідченням цього є прийняття Закону України «Про внесення змін до деяких питань здійснення ринкового нагляду та відповідальності суб'єктів господарювання» від 9 травня 2024 року № 3701-ІХ [5], яким, зокрема, було внесено зміни до Закону України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» [6].

Зокрема законодавцем визначено, що під державним контролем продукції необхідно розуміти «сукупність заходів, що здійснюються митними органами в межах повноважень, визначених законом, з метою забезпечення додержання вимог законодавства України про ринковий нагляд і контроль продукції стосовно продукції, що ввозиться на митну територію України» [6].

Розглядаючи питання відмінностей й особливостей між такими категоріями як «електронний бізнес», «електронна комерція» та «електронна торгівля», Ю. О. Шкригун, розмежовує електронну комерцію та електронну торгівлю, вказуючи на те, що остання є її складовою. Натомість, дослідниця вважає, що «електронний бізнес доцільно розглядати як діяльність, що включає електронну комерцію та електронну торгівлю, має більш широкий функціонал і загальний вектор діяльності. Електронна комерція – вид електронної комерційної

діяльності, що реалізується через електронну взаємодію економічних суб'єктів. Електронна торгівля – безпосередня підприємницька щодо продажу товарів і послуг через мережу Інтернет» [7, с. 318–319].

З огляду на те, що електронна комерція займає провідне місце з-поміж перспективних напрямів економічної діяльності, М. М. Юрченко та Н. І. Костова, акцентують увагу на певних аспектах нормотворчо-правової роботи, яка проводиться на рівні СОТ та спрямована на «зниження бар'єрів у торгівлі товарами інформаційної технології (комп'ютери, телекомунікаційне обладнання, наукові прилади, програмне забезпечення, мікропроцесори тощо); розроблення нових правових аспектів електронної торгівлі, включаючи такі важливі проблеми, як ідентифікація підпису під документами, захист конфіденційності, ідентичність інформації й документів, а також товарів і послуг, переданих електронним шляхом, захист авторських прав та ін.; митне й податкове оподаткування товарів і послуг, які передаються електронним шляхом, насамперед через систему Інтернет; електронна торгівля припускає передання інформації, продуктів або послуг для продажу, наприклад електронним шляхом (експортовані книги, звуко– і відеозаписи, програмне забезпечення тощо)» [Цит. за: 8, с. 216].

Необхідно погодитись з думкою І. О. Лазневої та М. В. Долгополової, які доводять існування набагато вищих темпів приросту електронної торгівлі у тих державах, економіка яких є перехідною. Таку тезу вчені обґрунтовують тим, що «по-перше, це пов'язано з більш стрімким розвитком економіки загалом, і, по-друге, рівень проникнення Інтернету у країнах, що розвиваються, набагато нижчий, проте цей показник досить швидко збільшується» [9, с. 32].

Електронна комерція наразі стає каталізатором економічного зростання країн, імперативом переходу національних економік на якісно новий рівень розвитку. Інтеграції країн у середовище електронної комерції модернізує бізнес-процеси (виробництво, розподіл, маркетинг, продаж / доставку товарів і послуг за допомогою електронних засобів) й торговельно-економічні відносини, передусім у сфері послуг [10, с. 5].

Аналізуючи наукові публікації та статистичні дані, О. М. Яценко, А. С. Грязіна та О. О. Шевчик, виокремлюють низку держав, які за окремими показниками входять до 10 тих, які найпотужніше показали себе на світовому ринку електронної торгівлі. Вчені констатують, що такими державами є:

«Китай, США, Великобританія, Японія, Німеччина, Франція, Південна Корея, Канада, Росія та Бразилія». Сьогодні Китай є найбільшим у світі ринком електронної комерції на чолі з дочірніми компаніями групи Alibaba, а саме Taobao, Alibaba.com, Tmall та іншими. З 35% річного зростання, Китай також є одним з найбільш швидко зростаючих ринків електронної комерції.

Водночас Сполучені Штати Америки є другою за величиною країною електронної торгівлі в світі, на чолі з гігантами електронної комерції Amazon і eBay. Amazon є однією з найдорожчих компаній у світі, другою за величиною технологічною компанією світу за доходами, а також другим за величиною роботодавцем у Сполучених Штатах Америки.

Незважаючи на невеликий розмір держави, Сполучене Королівство Великобританії є однією з провідних країн у сфері електронної комерції і займає третє місце в цьому списку. Amazon UK, Argos і Play.com є найбільшими веб-сайтами електронної комерції Великобританії, а країна має один з найвищих відсотків продажу через електронну торгівлю від загального обсягу роздрібних продажів.

Четверте місце в рейтингу належить Японії, яка є провідним гравцем e-commerce у світі. Rakuten є провідною платформою електронної комерції Японії, яка за багато років придбала вагомий кількість веб-сайтів електронної комерції по всьому світу.

Німеччина є другим за величиною ринком електронної комерції Європи після Великобританії. eBay і місцевий інтернет-магазин роздрібною торгівлі Німеччини Otto, в тому числі і Amazon, є основними онлайн-платформами для комерції.

Французький ринок електронної комерції посідає шосте місце у світі з такими локальними компаніями-лідерами як Odigeo та C-discount. Незважаючи на те, що місцеві бренди зуміли зберегти свій вплив на ринку, характерною ознакою для всіх провідних європейських компаній електронної комерції є домінування найбільшої у світі за обігом компанії, – Amazon, яка здійснює експансію на ринки електронної-торгівлі в усьому світі. Так, компанія Amazon представлена у США, Великій Британії, Ірландії, Франції, Канаді, Німеччині, Італії, Іспанії, Нідерландах, Австралії, Бразилії, Японії, Китаї, Індії та Мексиці, а станом на 2018 р. її бренд став найдорожчим у світі і оцінювався у 150 млрд. дол. США, а у 2019 р. компанія стала найдорожчою у світі, обійшовши Microsoft. На початок 2019 року її ціна становила 797 млрд. дол. США.

Південна Корея є країною з найбільшою швидкістю Інтернету і займає 7 місце у світі за обсягами продажів в онлайн-режимі. Найбільшими онлайн-платформами для торгівлі в країні є Gmarket і Coupang. Канада є величезним ринком електронної комерції, але з низькою конкуренцією з власною платформою Costco» [10, с. 8–9].

Важко не погодитись з думками Т. Гриценко, стосовно того, електронна комерція наділена багатьма перевагами, з-поміж яких: «зручність, доступність та економічність». Однак, констатуючи ці переваги необхідно звернути увагу і на присутні недоліки, потенційні та реальні ризики. Такі негативні моменти, на думку дослідниці, стосуються, передусім, споживачів, які можуть потрапляти у ситуації невідповідності товару тим характеристикам, які були заявлені або ж несприятливих умов повернення товару. При цьому цілком аргументовано, Т. Гриценко, акцентує на непоодиноких випадках порушення конфіденційності та розповсюдження персональних даних клієнта. Отож, підтримуємо позицію, висловлену Т. Гриценко, що заради безпеки кожного громадянина та суспільства загалом є необхідність регулювання підприємницької діяльності і в реальному вимірі, і в цифровому [11, с. 19–20].

На безпекову складову електронної торгівлі, звертає увагу й С. Клінова, яка вбачає у стрімкому розвитку Інтернет-торгівлі нові виклики та проблеми, зокрема у сфері захисту прав споживачів. Важливим аспектом, на думку вченої, є встановлення відповідного правового та регуляторного середовища, щоб забезпечити довіру до електронної комерції та захист прав усіх сторін учасників [12, с. 67].

Висновки. Отож, можемо констатувати, що електронна торгівля як елемент електронної комерції нині набуває свого подальшого розповсюдження. Світові лідери, які зайняли передові позиції у цій сфері мають вагомні показники що характеризують їхні фінансові надходження від цього виду господарської діяльності. Варто підкреслити, що певні зобов'язання України щодо імплементації законодавства нашої держави із законодавством ЄС в частині євроінтеграції сприяє розширенню кола нормативно-правових актів, які регламентують питання електронної торгівлі. Однак, важливим аспектом у царині електронної торгівлі є забезпечення належного стану прав споживачів, а це, у свою чергу, дасть змогу запобігти таким ризикам як отримання неякісної продукції, товарів, розповсюдженню неправдивої реклами, можливості у будь-якому випадку повернення товарів продавцю без додаткових умов тощо.

Список літератури:

1. Еннан Р. Правовідносини у сфері електронної комерції: досвід Європейського Союзу. *Юридичний вісник*. 2019. № 1. С. 87–92.
2. Кізлова О. С. Електронний договір як правовий спосіб електронної комерції. *Проблеми цивільного права та процесу: тези доп. учасників наук.-практ. конф., присвяч. світлій пам'яті О. А. Пушкіна* (Харків, 19–20 трав. 2017 р.) / МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ; Харків. обласний осередок Всеукр. громад. орг. «Асоціація цивілістів України». Харків: ХНУВС, 2017. С. 85–88. URL: https://univd.edu.ua/general/publishing/konf/19-20_05_2017/pdf/20.pdf
3. Про електронну комерцію: Закон України від 3 вересня 2015 року № 675-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 45. Ст. 410.
4. Каретін О. Інтернет-торгівля в Україні: правове регулювання та новели законодавства. *Правове регулювання цифрової економіки: правові інструменти, можливості та виклики* [Електронне видання]: матеріали круглого столу (21 листопада 2023 року) / відп. ред. Н.А. Мазаракі. Київ: Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. С. 62–66.
5. Про внесення змін до деяких питань здійснення ринкового нагляду та відповідальності суб'єктів господарювання: Закон України від 9 травня 2024 року № 3701-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3701-20/print>
6. Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції: Закон України від 2 грудня 2010 року № 2735-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 21. Ст. 144.
7. Шкригун Ю. О. «Електронний бізнес», «електронна комерція» та «електронна торгівля»: відмінності й особливості. *Управління економікою: теорія та практика: Зб. наук. пр. К: ІЕП НАНУ*. 2020. С. 312–325.
8. Юрченко М. М., Костова Н. І. Міжнародно-правове забезпечення електронної комерції в Україні. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2022. № 1–2. С. 213–218.
9. Лазнева І. О., Долгополова М. В. Розвиток електронної торгівлі у структурі інформаційної економіки України. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2019. Вип. 31. С. 31–37.
10. Яценко О. М., Грязіна А. С., Шевчик О. О. Електронна комерція як елемент глобальної торговельної системи. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. №. 8 (218). С. 4–15.

11. Гриценко Т. Електронна комерція в Україні: сучасні виклики та перспективи. *Правове регулювання цифрової економіки: правові інструменти, можливості та виклики* [Електронне видання]: матеріали круглого столу (21 листопада 2023 року) / відп. ред. Н.А. Мазаракі. Київ: Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. С. 18–21.

12. Клінова С. Захист прав споживачів у сфері електронної комерції. *Правове регулювання цифрової економіки: правові інструменти, можливості та виклики* [Електронне видання]: матеріали круглого столу (21 листопада 2023 року) / відп. ред. Н. А. Мазаракі. Київ: Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. С. 67–69.

Puka M.P. E-COMMERCE UNDER GLOBALIZATION: CURRENT STATE AND LEGAL REGULATION

The article discusses key issues related to the legal regulation of electronic commerce in the context of globalization. It has been established that the information society, which is now more and more actively developing and entering our lives, demonstrates its technologies and advantages for humanity. So, in particular, the use of information and communication systems contributed to the acceleration of information transfer, provision of various services, conclusion of agreements, in particular transactions related to trade and other types of economic activity. It is undeniable that all this is happening under the influence of globalization, which significantly strengthens the processes of digital transformation. The content and correlation of the concepts «electronic trade» and «electronic commerce» as new types of economic activity are analyzed.

It is pointed out that today the world's leading states confidently hold the lead in the e-commerce market. It is emphasized that efforts to expand the possibilities of electronic trade in our country require, first of all, proper legal regulation of this sphere. The current state of legal regulation of electronic commerce is analyzed and the need for further implementation of the norms of international law, especially European law, existing in the studied area, which is due to Ukraine's constant movement towards the European Union, is emphasized.

The role of e-commerce in the development of Ukraine's economic potential is revealed. The importance of using all potentials of e-commerce to establish close, permanent ties aimed at increasing the economic potential of the state is emphasized. In addition, it is emphasized that e-commerce contains not only positive aspects, but also carries a number of potential and real risks associated with many aspects, especially for consumers (non-compliance of the product with the characteristics that were declared or unfavorable terms of product return, violation of confidentiality and distribution of personal data of the client).

Key words: *electronic trade, electronic commerce, globalization, information society, electronic transaction, information and communication systems, legal regulation.*