



УДК 347.45/.47

ІНТЕРНЕТ ЯК ОСОБЛИВИЙ ЗАСІБ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Розглядається проблема місця Інтернету в електронній комерції, дається розуміння Інтернету з позиції цивільного права та визначаються особливості здійснення електронної комерції за допомогою Інтернету.

Ключові слова: Інтернет, електронна комерція.

Технології не стоять на місці, тому сьогодні глобальна мережа Інтернет набула широкого розповсюдження в різних сферах людського життя, охопивши багато країн. Мережа набуває такого масового використання і глобального значення перш за все через її здатність економити час. Для ілюстрації цього наведемо такий приклад: в середньому життя людини триває приблизно 40 млн. хвилин, з яких 24 млн. хвилин активний період, а витрати часу, наприклад, на поїздку від дому до роботи та назад — в середньому 4 млн. хвилин, отже втрата головної цінності — життя людини — дорівнює 17 % активного періоду її життя. Сутність закону економії часу полягає у ліквідації та мінімізації непотрібних витрат часу, на що і спрямований Інтернет [1, с. 6].

За даними національного дослідження аудиторії українського Інтернету, які були обнародовані нещодавно електронними засобами масової інформації, в Україні нараховується 8 млн. регулярних користувачів глобальної мережі, в той же час найбільш активними користувачами є жителі великих міст, молодь, люди з високим рівнем доходу [2, с. 5]. Всього ж у світі до кінця цього року кількість користувачів Інтернету перевищить 2 млрд. осіб [10]. Виходячи з вищезазначеного, було б вкрай нерозумно залишати без уваги споживчі запити цієї аудиторії, не спробувавши задовольнити хоча б частину з них в Інтернеті.

Мережа була активно залучена до розвитку торговельних процесів, що згодом призвело до існування самостійного спеціального явища — електронної комерції в чистому вигляді із максимальною складовою операцій, що здійснюються електронним шляхом. Інтернет сформував платформу для нової електронної комерції, яка зняла обмеження двосторонньої електронної комерції, заснованої на традиційному електронному обміні даними [4, с. 9] Більш того, розвиток Інтернету з його низькою собівартістю передачі даних зробив актуальною модернізацію системи електронного обміну даними для використання його в новому комунікативному середовищі [5, с. 10].

Комерційне використання Інтернету визначило нову еру електронної комерції. Інтернет стимулював розвиток електронної комерції, особливо на рівні підприємств (мається на увазі різновид електронної комерції “підприємство–підприємство”). На початковій стадії вирішальною перевагою виявилось те, що електронна комерція відкривала однакові можливості для ведення бізнесу незалежно від розмірів і характеру діяльності юридичної особи [4, с. 8]. З моменту появи служби World Wide Web, яка налічує менш ніж два десятиліття, обороти ринку електронної комерції виросли у багато разів, адже Інтернет надав компаніям новий інструмент ведення бізнесу як засіб зниження витрат і повнішого задоволення потреб споживачів. Споживачі отримали нове інформаційне джерело щодо товарів і послуг, нові шляхи задоволення своїх потреб і новий ефективний засіб комунікацій як з компаніями, так і між собою [6, с. 12].



Поява Інтернету стала причиною істотної прозорості кордонів в сучасному суспільстві і, як наслідок, функціонування мережі створює не тільки соціальні і технологічні, а й правові проблеми. Відмінною рисою мережі Інтернет є те, що вона функціонує одночасно як засіб комунікації і як засіб поширення будь-якої інформації. При цьому глобальна мережа кардинально відрізняється від мереж масового сповіщення і від традиційних телекомунікаційних послуг [7, с. 39]. Оскільки Інтернет є не єдиним засобом електронної комерції, слід звернути увагу на його природу та відмінності від інших інструментів електронної комерції.

Так, Інтернет (англ. “*Internet*” від “*inter*” — між, та “*net*” — мережа, павутиння) являє собою сукупність з’єднаних між собою інформаційних серверів — комп’ютерів, на яких зберігається різноманітна інформація. Через усю цю мережу рухається інформаційний продукт. Технологія роботи мережі отримала назву “Всесвітнє павутиння” — World Wide Web (скорочено WWW або Web). Така назва закріпилася за технологією через те, що кожен користувач може вільно переключатися від одного серверу до іншого, незалежно від географічного місця розташування серверу та користувача. Це означає, що система World Wide Web являє собою інформаційну мережу, до якої можна отримати доступ через Інтернет [1, с. 8–10].

Інтернет — це інтегрована глобальна комп’ютерна мережа, за допомогою якої користувачі можуть одержувати і передавати інформацію. World Wide Web — це частина Інтернету, яка підтримує систему отримання інформації і документів шляхом перетворення їх у Web-сторінки [4, с. 8].

У той же час варто відзначити, що мережа Інтернет не є суто комп’ютерною: в наш час Інтернет доступний не тільки через комп’ютерні мережі, але й через супутники зв’язку, радіосигнали, кабельне телебачення, стільниковий зв’язок [8, с. 34].

Інтернет виник як суто технічний засіб передачі інформації і згодом перетворився на важливе соціальне явище, яке привертає увагу фахівців різних наук, у тому числі юридичної. Технічний погляд на Інтернет не може задовольнити юристів насамперед тому, що таке визначення базується на неюридичній термінології і, таким чином, не може включатися до існуючих юридичних конструкцій, застосовуватися у юридичній теорії та практиці. Наочне домінування технічної сторони Інтернету не повинно заважати юридичному осмисленню цього феномена [3, с. 124].

На сьогоднішній день глобальна мережа Інтернет — малодосліджений сегмент, з погляду юридичної специфіки відносин, що виникають у зв’язку з її існуванням і практичним застосуванням. Тому загальноновизнаних визначень понять, які використовуються в Інтернеті, не існує. Безумовно, їх вироблення є необхідним, щоб уникнути неоднозначного тлумачення нормативних актів [1, с. 12].

Автор теорії інтернаціональних просторів Даррелл Менте пропонує розглядати кіберпростір не з позицій загальновідомих соціальних і правових понять, а саме як простір з міжнародно-правовим статусом. У роботі “Юрисдикція у кіберпросторі: теорія міжнародних просторів” Д. Менте розвиває концептуальну теорію, згідно якої в міжнародному праві існують три інтернаціональні простори: Антарктика, космос і відкрите море. Даррел Менте пропонує розглядати кіберпростір в якості четвертого інтернаціонального простору, на який не поширюється державний суверенітет [7, с. 43].

Д. Савельєв зазначає, що, на перший погляд, така позиція може здатися протиправною, але насправді мова йде не про позбавлення мережі правового регулювання, а про визначення правил юрисдикції, які повинні застосовуватися до відповідних суспільних відносин [9]. Згідно з такою позицією варто буде визнати, що суверенітет жодної держави не розповсюджується на віртуальний простір і виробленням норм права в галузі Інтернет-відносин повинні займатися виключно міжнародні організації. В той же час постає питання: навіть якщо більшість країн світу прийде до консенсусу і легалізує єдині для всіх правила поведінки в кіберпросторі, то все одно залишаться ті держави, що відмовляться регламентувати дані правила і будуть намагатися регулювати Інтернет-відносини по-своєму. До того ж, Інтернет-відносини існують вже зараз і відповідно на цей час потребують регулювання, яке відсутнє на міжнародному рівні та фрагментарно



ведеться на рівні національних законодавств.

На думку Н. Янчевої, Інтернет — це одночасно й середовище і ринок. Його впливу неможливо протидіяти, він змушує всі види комерційних підприємств переглядати свою діяльність [1, с. 8]. Тобто з економічної точки зору, Інтернет розглядається як середовище електронної комерції. З позиції права, така думка не є виправданою, оскільки виходить за рамки правових категорій, пропонуючи в якості альтернативи традиційному матеріальному світу створити концепцію віртуального простору, який буде забезпечуватися існуванням мережі Інтернет.

Як зазначає К. Шахбазян, якщо розглядати Інтернет в якості об'єкта цивільного права, то він є суто технічним комплексом, окремі частини якого знаходяться у власності великої кількості осіб [7, с. 41]. Важко собі уявити, що все устаткування, яке підтримує функціонування Інтернет, буде сконцентровано у власності однієї особи, однак варто зазначити, що більша частина мереж зв'язку, які складають Інтернет, сконцентрована в ряді країн у власності монополістів.

Визнаючи факт, що в технічному плані Інтернет являє собою сукупність устаткування, що використовується на основі договірних зобов'язань між користувачами і операторами зв'язку, деякі фахівці спробували розглянути питання про наявність у такої спільноти ознак суб'єкта правовідносин.

Виходячи зі специфіки побудови і функціонування глобальної мережі, можливо зробити висновок, що сама мережа Інтернет не є ані суб'єктом, ані об'єктом регулювання. Предметом регулювання є правовідносини між провайдерами Інтернет-сервісів і користувачами, між самими користувачами та у взаємодії із іншими особами і державними органами, міжнародними установами у зв'язку з передачею інформації і наданням послуг через Інтернет [7, с. 41–42]. Схожої думки дотримується й І. Жилінкова, яка пропонує розглядати Інтернет як об'єкт правового впливу і визначає його як сукупність особистих та майнових відносин, які виникають при застосуванні Інтернет-технологій і за своєю природою потребують правового нормування [3, с. 125].

З наведених прикладів різних підходів науковців до визначення Інтернету видно, що жоден з них не дає повного остаточного правового розуміння Інтернету, натомість науковці сходяться на думці про необхідність регламентації Інтернет-відносин. На наш погляд, для електронної комерції Інтернет — це її засіб (інструмент), який в деяких випадках (коли і замовлення, і оплата, і доставка товару (електронного товару) здійснюються через Інтернет) може бути середовищем (ринком) електронної комерції, проте це ніяким чином не впливає на існуючу систему правових понять. Спроби надати Інтернету правове визначення виявилися невдалими через те, що Інтернет за своєю суттю неюридичне поняття. Для природного входження Інтернету до предмета цивільно-правового регулювання оптимальним буде визнання його засобом електронної комерції поряд з іншими інструментами електронних комерційних відносин, а Інтернет-відносини регламентувати так само, як й інші суспільні цивільно-правові відносини з поділом їх на майнові та особисті немайнові.

Список використаних джерел

1. Електронна комерція: організація та облік [Текст] : [навч. посіб.] / Л. М. Янчева, А. П. Грінко, А. С. Крутова, Т. О. Тарасова; М-во освіти і науки України, Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. — Х. : ХДУХТ, 2008. — 230 с.
2. Інтернет-магазин: организация, налогообложение, учет [Текст] / [Н. Голоскубова и др. ; ред. Я. Кавторева] — Х. : Фактор, 2009. — 116 с.
3. Жилінкова, І. Правове регулювання Інтернет-відносин [Текст] / І. Жилінкова // Право України. — 2003. — № 5. — С. 124–127.
4. Електронна комерція [Текст] : [навч. посіб. для студ. вузів] / Одес. держ. екон. ун-т. — К. : Центр навч. л-ри, 2004. — 383 с.
5. Алексунин, В. А. Электронная коммерция и маркетинг в интернете [Текст] : [учеб. пособ.] / В. А. Алексунин, В. В. Родигина. — М. : Дашков и К°, 2005. — 213 с.
6. Греков, А. М. Електронний бізнес (Е-комерція) [Текст] : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / А. М. Греков ; Нац. авіац. ун-т, Ін-т післядиплом. навчання, Бізнес-школа НАУ. — К. : Кондор, 2008. — 301 с.
7. Шахбазян, К. Міжнародно-правові основи регулювання відносин в мережі Інтернет [Текст] : дис. ...



- канд. юрид. наук : 12.00.11 / Шахбазян Карина Суренівна. — К., 2007. — 221 с.
8. Онлайнный электронный бизнес: реальность, конкурентоспособность, эффективность [Текст] : учеб. пособ. / Я. Г. Версуцкий [и др.] ; ред. Л. С. Винарик ; НАН Украины, Институт экономики промышленности, Донецкий ун-т экономики и права. — Донецк : ИЭП НАН Украины ; ДонУЭП, 2008. — 328 с.
9. Савельев, Д. Международно-правовые принципы глобального информационного общества [Электронный ресурс] / Д. Савельев. — Режим доступа : <http://www.ifar.ru/pi/02/r29.htm>.
10. Кількість юзерів наближається до 2 млрд. [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://www.unian.net/ukr/news/news-401740.htm>.

*Рекомендовано до друку кафедрою цивільного права
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол № 3 від 22 жовтня 2010 року)*

Надійшла до редакції 12.12.2010

Борисова Ю. О. Интернет как особенное средство электронной коммерции

В статье рассматривается проблема места Интернета в электронной коммерции, дается понимание Интернета с позиции гражданского права и определяются особенности совершения электронной коммерции при помощи Интернета.

Ключевые слова: Интернет, электронная коммерция.

Borisova, Yu. O. Internet as the Special Mean of Electronic Commerce

This article highlights the place of Internet in electronic commerce, considers Internet in a view of civil law and defines particularizes of doing electronic commerce with a help of Internet.

Key words: the Internet, electronic commerce.