

УДК 346.7:379.85

*Є. В. Козловський,
к. держ. упр., доцент, доцент кафедри міжнародного туризму,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
Т. І. Ткаченко,
к. геогр. н., доцент, доцент кафедри міжнародного туризму,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ*

ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

Ye. Kozlovskyi,
PhD in Public Administration, Associate Professor, Assistant Professor of the Dept.
of International Tourism, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv
T. Tkachenko,
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of the Dept.
of International Tourism, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

THE PROBLEMS OF LEGAL REGULATION OF E-COMMERCE IN THE TOURISM MARKET

У статті здійснено характеристику та визначено основні сегменти електронної комерції у туризмі, з'ясовано основні причини, які стримують збільшення показників електронних продажів на туристичному ринку. Підкреслено, що одним з важливих факторів, який перешкоджає стрімкому розповсюдженню електронного туризму в Україні, є недосконалість нормативно-правової бази. Після запровадження дійових правових механізмів взаємодії продавця та споживача туристичних послуг електронні продажі можна зробити одним із сучасних та ефективних способів реалізації туристичного продукту.

The article defines the features and main segments of e-commerce in tourism, identifies the basic causes that delay the increasing of e-sales indicators in the tourism market. We will emphasize, that one of the important factors hindering the rapid extent of e-tourism in Ukraine is the imperfection of the regulatory basis. After the implementation of actual legal mechanisms of interfacing between the seller and the consumer of tourism services, electronic sales can be transform into one of the modern and effective ways to retail a tourism product.

Ключові слова: електронна комерція, електронний підпис, електронний туризм, законодавство, правове регулювання, інформаційні технології.

Key words: e-commerce, e-signature, e-tourism, legislation, legal regulation, information technology.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Стрімкий розвиток сучасних інформаційних технологій та глобальної мережі Інтернет відіграють важливу роль у різних сферах життєдіяльності, суттєво сприяють активізації економіки та руху підприємництва у напрямі світової глобалізації. В зв'язку з безперервним розвитком телекомунікаційних технологій та інформаційних мереж з'являються нові суспільні інститути, такі, наприклад, як електронна комерція [8, с. 91].

Туристичний бізнес, з його глобальним характером й прагненням запропонувати потенційному мандрівнику максимальний вибір різних варіантів подорожей, не випадково є тим різновидом ділової активності, в якому електронна комерція зробила вражаючі кроки уперед. У країнах Західної Європи та США туристичні послуги посідають перше місце за обсягом продажів у глобальній мережі Інтернет.

Відзначимо, що для ефективного функціонування електронної комерції необхідним є не тільки загальний розвиток матеріально-технічної бази, але й правильне державне регулювання цієї сфери. Так, у законодавстві багатьох зарубіжних країн інтегровані положення про

електронну комерцію, а в більшості економічно розвинених держав існують самостійні документи, що регулюють електронну торгівлю.

Українська влада наразі визнає важливість застосування новітніх інструментів для належного функціонування ринку електронної комерції, про що, зокрема, свідчить План заходів з дерегуляції господарської діяльності, затверджений розпорядженням Кабінету Міністрів України № 615-р від 23 серпня 2016 р. Згідно з цим документом передбачається прийняття актів, спрямованих на регулювання електронних угод, операцій з електронними грошима та електронного документообігу, а також інших нормативних документів у цій сфері [3].

Верховна Рада України прийняла Закон України "Про електронну комерцію" № 675-VIII від 03 вересня 2015 р. Цей документ визначає організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, встановлює порядок вчинення електронних правочинів із застосуванням інформаційно-телекомунікаційних систем та визначає права і обов'язки учасників відносин у сфері електронної комерції [4].

Однак, незважаючи на викладене, у вітчизняній нормативно-правовій базі велика кількість питань у цій сфері залишається нерегульованими, що неодноразово призводить до порушення прав та інтересів багатьох фізичних і юридичних осіб. Тому належне та ефективне правове регулювання електронної комерції в Україні, зокрема на туристичному ринку, нині є актуальною проблемою.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Наукові дослідження щодо правового регулювання електронної комерції на туристичному ринку здійснювали такі українські та іноземні вчені, як В. Бочарніков, В. Гуляєв, М. Жукова, І. Зорін, І. Калашников, В. Квартальнов, С. Мельниченко, Ю. Миронов, М. Морозов, Н. Морозова, Н. Плотнікова, М. Робсон, О. Тоффлер, М. Скопень, Ф. Уллах, М. Хайдеггер, А. Чудновський та інші. Однак проблема ефективного правового забезпечення електронної комерції в туризмі залишається все ще до кінця не вирішеною, а тому потребує подальших наукових досліджень.

МЕТА СТАТТІ

Мета статті — визначення стану та перспектив розвитку правового забезпечення електронної комерції на ринку туристичних послуг в Україні, а також аналіз міжнародного досвіду в сфері законодавчого регулювання електронної торгівлі.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Зараз український ринок електронної комерції є чи не єдиним, що стрімко розвивається в умовах тотального економічного спаду та фінансової кризи у країні. Сприяє цьому швидкому розвитку в першу чергу, звичайно ж, зростання рівня довіри споживачів. Це пов'язано з появою нових платіжних сервісів, удосконаленням їх систем безпеки, а також спрощенням самої процедури покупок через глобальну мережу Інтернет [10, с. 21].

Якщо говорити про інші причини розвитку сфери електронних платежів у нашій державі, то важливу роль тут, звісно, відіграє й прагнення України стати повноцінним членом Євросоюзу. Зараз усі сфери економіки намагаються переходити на європейські стандарти ведення бізнесу та законодавчого регулювання цих процесів [5, с. 57]. Український ринок електронної комерції — не виняток. І хоча це лише початок великого шляху, залишається сподіватися, що так буде й далі, а крім самих учасників ринку електронної комерції в Україні цей курс підтримають й органи державної влади.

Донедавна визначення терміну "електронна комерція" не існувало, проте ця прогалина була усунута Законом України "Про електронну комерцію". Так, відповідно до ст. 3 цього документу, електронна комерція — це 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 [4].

Зазначимо, що своєрідним зразком для національного законодавства багатьох держав світу визнається Типовий закон ЮНСІТРАЛ про електронну торгівлю, прийнятий у Нью-Йорку в 1996 р. У цьому документі розкрито такі моменти: наведено термінологічний та поняттєвий апарат; регламентовано питання про юридичну силу повідомлень та передачі даних; врегульовано укладення договорів у електронній формі та викладені їх основні ознаки; визначено принципи міжнародної торгівлі в епоху інформаційних магістралей, з'ясовано питання документообігу перевезення вантажів тощо [6].

Не буде перебільшенням стверджувати, що цей документ заклав фундамент правового регулювання діяльності у сфері електронної торгівлі та використовується для уніфікації міжнародного й національного законодавства. На доцільність імплементації цього документу зазначено в Резолюції Генеральної Асамблеї ООН А/51/628 від 16 грудня 1996 р.

Ще один важливий документ — типовий закон ЮНСІТРАЛ про електронні підписи був прийнятий у Відні в 2001 році. Він застосовується у тих випадках, коли електронні підписи використовуються в контексті торгівельної діяльності та не має переважної сили стосовно будь-яких норм права, призначених для захисту споживачів. Вказаний закон встановлює: режим для технологій створення електронних підписів; положення про дотримання вимоги щодо наявності підпису; поведінку підписанта, а також постачальника сертифікаційних послуг; процедуру визнання іноземних сертифікатів та електронних підписів [7].

Слід також визначити інші документи з правового регулювання електронної комерції, що використовуються у країнах Європи:

1. Конвенція про захист осіб у зв'язку з автоматизованою обробкою персональних даних, прийнята 28 січня 1981 р. Радою Європи.

2. Типова угода обміну при міжнародному комерційному використанні електронного обміну даними, прийнята 23 червня 1995 р. Європейською економічною комісією ООН.

3. Декларація про глобальну електронну комерцію, затверджена 20 травня 1998 р. Конференцією Міністрів Всесвітньої торгівельної організації.

4. Директива "Про електронний підпис" прийнята 13 грудня 1999 р. Європейським Парламентом та Радою Європи.

5. Директива "Про електронну комерцію", прийнята 08 червня 2000 р. Європейським Парламентом та Радою Європи.

6. Угода про електронну комерцію (Рекомендація № 31), прийнята 26 березня 2000 р. Центром ООН сприяння торгівлі та електронному бізнесу.

7. Директива "Про правила та оподаткування Інтернет-торгівлі", прийнята 01 квітня 2004 р. Європейським Парламентом та Радою Європи.

Отже, в системі пріоритетів провідних держав світу проблемі регулювання електронної комерції посідають важливе місце. Той факт, що електронна комерція є потужним важелем економічного зростання та надійною платформою для переходу національних економік на якісно новий рівень розвитку, вже ні в кого не викликає сумнівів.

Правове регулювання електронної комерції у нашій державі здійснюється Цивільним кодексом, Законом Ук-

раїни "Про електронну комерцію" та іншими законодавчими актами. При цьому такі сфери, як електронні платіжні системи, митне оформлення та оподаткування, конфіденційність, безпека, захист інтелектуальної власності, вимагають удосконалення правового регулювання.

Так, Цивільний кодекс України містить тільки одну статтю, яка припускає можливість укладення угоди за допомогою електронних засобів зв'язку. Згідно зі ст. 207 Цивільного кодексу України, правочин вважається таким, що вчинений у письмовій формі, якщо його зміст зафіксований в одному або кількох документах (у тому числі електронних), у листах, телеграмах, якими обмінялися сторони. Використання при вчиненні правочинів факсимільного відтворення підпису за допомогою засобів механічного, електронного або іншого копіювання, електронного підпису або іншого аналога власноручного підпису допускається у випадках, встановлених законом, іншими актами цивільного законодавства, або за письмовою згодою сторін, у якій мають міститися зразки відповідного аналога їхніх власноручних підписів [11].

Вищевикладені норми процитовані з урахуванням змін, які були внесені у Цивільний кодекс України в зв'язку з прийняттям у 2015 р. Закону України "Про електронну комерцію". Відзначимо, що вказаний закон, у цілому, є прогресивним актом, оскільки регулює значний масив суспільних відносин, які до його прийняття взагалі знаходилися поза межами правового поля.

Серед позитивних нововведень потрібно виділити наступні моменти:

- узаконені принципи електронної комерції;
- наведені тлумачення основних термінів;
- визначено учасників електронної комерції та їх правовий статус;
- детально регламентований порядок укладення електронних договорів;
- введено положення про захист персональних даних.

Незважаючи на ліквідацію Законом України "Про електронну комерцію" загальної правової невизначеності та основних регуляторних бар'єрів на шляху розвитку ринку електронних продажів, електронна торгівля окремими видами послуг в Україні підлягає спеціальному регулюванню. Так, наприклад, згаданий закон не застосовується під час надання банківських послуг, використання електронних грошей, здійснення грошових переказів.

У світі багато держав, де більше половини подорожей бронюються у режимі реального часу — наприклад, США, Канада, Великобританія, Німеччина, Австралія та ін. Приміром, в Індії, де електронний туризм зародився лише у 2007 р., показник бронювання подорожей через глобальну мережу Інтернет вже перевищує 50%. Напрями розвитку електронного туризму по всьому світу майже однакові. Перший напрям — галузевий розвиток: спочатку в Інтернеті можна було бронювати квитки на літаки, потім номери в готелях, ще трохи пізніше — квитки на поїзд, автобус тощо. Другий напрям — географічний розвиток: спочатку електронний туризм став популярним у Північній Америці та Західній Європі, а трохи пізніше — в Азії, Південній Америці, Тихоокеанському регіоні.

Авіакомпанії були першими підприємствами туристичної галузі, які застосували електронний документообіг для швидкої організації процесів взаємодії зі своїми

партнерами та потенційними клієнтами. Тож не дивно, що як тільки доступ до комп'ютерних мереж став загальнодоступним, саме реалізація авіаквитків швидко зайняла домінуючу позицію у сегменті електронних продажів.

Комп'ютерні системи обліку та бронювання авіаквитків до того моменту були налагоджені впродовж багатьох років, заслуговували на довіру споживачів та мали всю необхідну програмну інфраструктуру для реалізації продажів через глобальну мережу. Позначилася й специфічність самого середовища взаємодії: в Інтернеті чим простіше, зрозуміліше та ближче до відомих стандартів знаходиться товар, тим простіше його продавати кінцевому споживачу без участі живого консультанта. Квитки на транспортні засоби виявилися найбільш затребуваним товаром для покупок [1, с. 212].

Завдяки швидкому розвитку електронної комерції, продажі через глобальну мережу Інтернет впродовж одного десятиліття досягли в ряді країн настільки значних масштабів, що стали впливати на структуру взаємовідносин між учасниками всієї туристичної галузі. Зараз розвиток електронної комерції в туризмі сконцентровано у кількох центрах: США, Західна Європа, Індія, Бразилія та Росія. Однак слід зауважити, що процеси впровадження елементів електронної комерції йдуть повсюдно, від Китаю до Чилі, зокрема спостерігається значний прогрес електронної торгівлі в інших галузях по всіх регіонах світу. Все це підтверджує гіпотезу про швидке включення усе більшої кількості країн у систему електронного туризму, як в якості постачальників, так і споживачів різноманітних послуг [2, с. 176].

Разом з тим, виробники певних видів туристичних послуг, поки що недостатньо ефективно використовують глобальну мережу в якості нового каналу збуту. Інтернет виявляє себе як досить специфічне середовище взаємодії продавця та споживача послуг, де відсутнє живе спілкування, отже, покупець не відчуває себе досить впевнено при виборі незнайомої для нього послуги. Механічне перенесення процесу реалізації туристичних послуг з офісу підприємства у глобальну мережу не завжди приносить бажаного результату. Для того, щоб Інтернет підвищував свою популярність в якості каналу придбання туристичних послуг, необхідно надати клієнту у глобальній мережі більш якісний сервіс, аніж у офісі підприємства.

Можливість виходити з власних потреб, а не з наявних пропозицій туристичних операторів, формувати особистий набір послуг у потрібній черговості та на будь-якому етапі подорожі, персоніфікація систем розрахованих на масового клієнта, цілодобова доступність будь-якого сервісу в глобальній мережі Інтернет — ось визначальні переваги електронної комерції, які підвищують її затребуваність [9, с. 27].

Отже, розвиток електронної комерції на туристичному ринку призводить до істотного зближення виробників з споживачами, постачальників з агентами, а також сприяє інтеграції їх електронних систем та технологій. У свою чергу, прискорення та удосконалення процесів взаємодії між учасниками ринку призводять до суттєвих змін у самій туристичній діяльності. Гнучкість та оперативність, що забезпечуються сучасними технологіями ведення бізнесу, формують нові стандарти якості, що регулярно висуваються споживачами туристичних послуг.

ВИСНОВКИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ

Одним з важливих факторів, який перешкоджає стрімкому розповсюдженню електронного туризму в Україні, є недосконалість нормативно-правової бази. Після впровадження дійових правових механізмів взаємодії продавця та споживача туристичних послуг можна зробити електронні продажі одним з сучасних та ефективних способів реалізації туристичного продукту.

Наразі електронна комерція в Україні потребує законодавчих актів, які б сприяли розвитку та просуванню глобального ринку. Фактично це означає сукупне використання традиційних правових норм, а також нормативних актів, створених конкретно для сфери електронної комерції. Крім цього, необхідно уніфікувати законодавство та значно спростити правила й процедури, що застосовуються у різних іноземних державах.

Література:

1. Козловський Є. Державне регулювання та підтримка розвитку туризму в Україні: досвід країн Центральної та Східної Європи / Є. Козловський // Актуальні проблеми внутрішньої політики. — 2004. — Вип. 4. — С. 209—218.

2. Козловський Є. Шляхи формування еліти в туристичній галузі (вітчизняний та іноземний досвід) / Є. Козловський // Формування й оновлення політико-управлінської еліти в сучасній Україні: зб. наук. пр. — 2005. — С. 169—188.

3. Про затвердження плану заходів щодо дерегуляції господарської діяльності та визнання такими, що втратили чинність, деяких розпоряджень Кабінету Міністрів України: Розпорядження Кабінету Міністрів України: чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 11 жовт. 2017 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/615-2016-p>

4. Про електронну комерцію: Закон України: чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 26 квіт. 2017 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675-19>

5. Система стримувань і противаг у сфері державно-управлінських відносин: наук.-метод. рек. / Авт. кол.: В.А. Ребкало, В.А. Шахов, Е.А. Афонін та ін. — К.: НАДУ, 2008. — 72 с.

6. Типовий закон ЮНСІТРАЛ про електронну торгівлю: чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 25 трав. 2007 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_321

7. Типовий закон ЮНСІТРАЛ про електронні підписи: чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 25 трав. 2007 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_937

8. Ткаченко Т.І. Використання комп'ютерних технологій при викладанні курсу "Геоморфологія" у Вищій школі / Т.І. Ткаченко // Фізична географія та геоморфологія. — 2007. — Вип. 53. — С. 90—93.

9. Ткаченко Т.І. Сучасна модель створення національного туристичного продукту "Буки: розвиток через туризм": практичний аспект / Т.І. Ткаченко // Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, тех-

нології, моделі: колект. монографія / За наук. ред. проф. Л.Ю. Матвійчук. — 3-тє вид. — Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2017. — С. 23—44.

10. Tkachenko T. E-tourism, as display of dominant criterion of modern tourism-operating: relevant provisions, tools, use / T. Tkachenko, L. Kovalska // Часопис соціально-економічної географії: Міжрегіон. зб. наук. праць. — 2017. — Вип. 23 (2). — С. 19—22.

11. Цивільний кодекс України: чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 07 трав. 2018 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

References:

1. Kozlovskiy, Ye. (2004), "Public regulation and support of tourism development in Ukraine: the experience of the countries of Central and Eastern Europe", *Aktual'ni problemy vnutrishn'oi polityky*, vol. 4, pp. 209—218.

2. Kozlovskiy, Ye. (2005), "The ways of establishing the elite in the tourism industry (domestic and foreign experience)", *Formuvannia j onovlennia polityko-upravlins'koi elity v suchasnij Ukraini*, pp. 169—188.

3. Cabinet of Ministers of Ukraine (2017), "Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval the plan of actions for the deregulation of economic activities and the repealing certain orders of the Cabinet of Ministers of Ukraine"", available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/615-2016-p> (Accessed 07 March 2018).

4. The Verkhovna Rada of Ukraine (2015), The Law of Ukraine "On e-commerce", available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (Accessed 07 March 2018).

5. Rebkalo, V.A. Shakhov, V.A. and Afonin, E.A. (2008), *Systema strymuvan' i protyvah u sferi derzhavno-upravlins'kykh vidnosyn* [System of checks and balances in the field of public-administrative relations], NADU, Kyiv, Ukraine.

6. United Nations Commission on International Trade Law (2007), The Law "On e- trade", available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_321 (Accessed 07 March 2018).

7. United Nations Commission on International Trade Law (2007), The Law "On e- signatures", available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_937 (Accessed 07 March 2018).

8. Tkachenko, T. (2007), "Applying of computer technologies when teaching the course "Geomorphology" in the Higher School", *Fizychna heohrafiia ta heomorfolohiia*, vol. 53, pp. 90—93.

9. Tkachenko, T. (2017), "Modern model of creation of a national tourism product "Buky: development through tourism": a practical aspect", *Perspektyvy rozvytku turyzmu v Ukraini ta sviti: upravlinnia, tekhnolohii, modeli*, pp. 23—44.

10. Tkachenko, T. and Kovalska, L. (2017), "E-tourism, as display of dominant criterion of modern tourism-operating: relevant provisions, tools, use", *Chasopys sotsial'no-ekonomichnoi heohrafi*, vol. 23 (2), pp. 19—22.

11. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), The Civil Code of Ukraine, available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (Accessed 07 March 2018). *Стаття надійшла до редакції 12.03.2018 р.*