

РЕГУЛЮВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Білявська Ю.В.

Київський національний торговельно-економічний університет

У статті досліджено чинну законодавчо-правову базу України у сфері електронної комерції. Представлено систему регулювання електронної комерції (торгівлі) в розрізі документів організаційного характеру. Визначено проблеми законодавчого забезпечення електронної торгівлі, проведено критичний аналіз діючих нормативно-правових документів, що регламентують окремі аспекти електронної комерційної діяльності.

Ключові слова: електронна комерція, регулювання, імідж, підприємство, потенціал підприємства.

Постановка проблеми. У останнє десятиліття ХХ ст. інформаційно-комунікаційні технології, перш за все глобальна інформаційна мережа Інтернет, стали одним з факторів, які істотно впливають як на розвиток суспільства в цілому, так і на розвиток господарської сфери зокрема.

Процес глобалізації та досягнення науково-технічного прогресу відкрили нові можливості розвитку економіки, а саме – розвитку інформаційної електронної комерції та формування інформаційного виробництва. Адже використання інформаційно-комунікативних технологій є найважливішим завданням перспективного розвитку національних господарств і міжнародних торгових, виробничих і науково-технічних зв'язків. Менш, ніж за десятиліття в світі відбулися колосальні зміни, внаслідок яких світова електронна комерція (торгівля) стала невід'ємною частиною діяльності суб'єктів економічної активності. Електронна економіка, що формується, об'єктивно зумовлює створення системи електронних відносин між приватними компаніями, державою і бізнесом, державою і населенням та електронної системи міжнародних зв'язків. Враховуючи те, що електронна торгівля – це відносини між рівноправними власниками цінностей (продавець, покупець, провайдер телекомунікацій тощо), то досить актуальним і ключовим є її правове регулювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню ринку електронної торгівлі присвячені роботи таких вчених, як С. Карпенко, Н. Валькова, О. Галочкін, О. Галочкіна [10], О. Кудіна [11], О. Щерба, Л. Сисюк та інші. Однак більшість досліджень сфокусовані на аналізі певних елементів, що формують базис електронної торгівлі, визначення проблем та гальмуючих факторів розвитку. Такий підхід є недостатньо об'єктивним та потребує подальшої розробки.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Поділяючи погляд Тимченко Л.Д. вважаємо, що 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) [1, с. 15]. Подібну думку висловлює М.В. Макарова, вказуючи на відсутність цілеспрямованої урядової й бізнесової політики з метою формування українського інформаційного суспільства [2, с. 43]. 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 [2, с. 43].

Мета статті. Головною метою цієї роботи є узагальнення зарубіжного і вітчизняного досвіду регулювання електронної комерції в Україні.

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день сучасний бізнес характеризується постійним зростом можливостей компаній – постачальників, що у свою чергу призводить до зросту глобальної конкуренції та поліпшення якості товарів та послуг. Відбуваються зміни способів організації та керування бізнесом, відбувається реінжиніринг (модернізація) бізнес-процесів та впровадження систем автоматизації. Для успішного ведення бізнесу все частіше застосовуються комп'ютерні системи та мережі тобто можна сміливо сказати, що відбувається нова промислова революція. До сьогодні було відомо три промислові революції: 1. Перша промислова революція – 1760-1830 рр. винахід парового двигуна, що призвело до створення та розвитку великих промислових підприємств, залізних доріг, пароплавів. 2. Друга промислова революція – 1875-1930 рр. винахід електрики, телефонії, радіо, телеграфу, що призвело до формування сучасної моделі ведення бізнесу. 3. Третя промислова революція – 1940-1980 рр. винахід полімерних матеріалів, відмова від вугілля, використання нафти та природного газу, що призвело до масового розвитку хімічної промисловості, масового використання штучних матеріалів, розвитку автобудівництва і т.і. У сучасній науковій економічній літературі приділено достатньо уваги визначенню термінів «електронна комерція» та «електронна торгівля». Американські вчені А. Саммер та Г. Дункан у своїй роботі «Електронна комерція» [4, с. 22] розмежовують поняття електронна комерція та електронна торгівля, зазначаючи, що друга є лише категорією першої, що обмежується безпосередньо операцією купівлі-продажу. Важливим є питання їх співвідношення, тому що обидва терміни в економіко-правовій доктрині застосовуються як рівнозначні. Перший є загальноновизнаним у світі, тоді як другий виник завдяки перекладачам ООН і був сприйнятий вітчизня-

ним законодавством. В Україні термін «електронна торгівля» є також широко вживаним. Річ у тім, що Модельний закон ЮНСІТРАЛ (United Nations Commission on International Trade Law) розроблявся англійською мовою і англійською називається «Model Law on Electronic commerce», що українською означає «Модельний закон про електронну комерцію» [5]. Класифікація визначень понять «електронна комерція» та «електронна торгівля» представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація визначень понять «електронна комерція» та «електронна торгівля»

Автор	Визначення автора
А. Саммер, Гр. Дунган [12].	Електронна комерція – це будь-яка форма бізнес-процесу, в якому взаємодія між суб'єктами відбувається електронним шляхом з використанням Інтернет-технологій.
	Електронна торгівля – процес купівлі-продажу товарів чи послуг, за якого весь цикл комерційної транзакції чи його частина здійснюється електронним шляхом.
Л. Новомлинський [13].	Електронна комерція являє собою будь-який процес, який ділова організація здійснює посередництвом мережі зв'язаних між собою комп'ютерів.
	Електронна торгівля – комерційна діяльність у сфері реклами та поширення товарів і послуг шляхом використання мережі Інтернет.

Електронна торгівля здебільшого розглядається як загальна форма надання інформаційно-комунікаційних послуг у сфері торгівлі. Електронну торгівлю визначають і як новий спосіб організації, управління та здійснення (укладення, виконання, припинення) бізнес-угод з використанням комп'ютерів та комунікаційних мереж. У вузькому значенні це поняття означає процес купівлі-продажу, що підтримується електронними технологіями. У широкому значенні поняттям «електронна торгівля» охоплюється застосування комп'ютерних технологій (телефонно-телек-сних мереж, електронної пошти, Інтернету) для контролю над складськими запасами, прогнозами попиту та пропозицій, тенденціями зміни цін, картковими формами платежів.

Актуальним аспектом розвитку електронної торгівлі залишається нормативно-правове забезпечення її функціонування. Створення правового забезпечення відносин у межах електронного бізнесу на рівні міжнародних організацій та більшості країн світу розпочалося у 90-х роках ХХ століття [6, с. 204]. Серед найбільш популярних товарів електронної торгівлі виділяється група «програмне забезпечення, книги, музика», що охоплює 26% ринку, а щорічні продажі складають за оцінками експертів 37,05 млрд. дол. Значну частку ринку займають також електроніка та різноманітний одяг – 16% та 13% відповідно при щорічних продажах більше 20 млрд. дол.; 8% ринку охоплюють товари для здоров'я, краси та харчові продукти і напої (11,4 млрд. дол. на рік), 7% – іграшки, відео ігри та спортивні товари (9,97 млрд. дол. на рік); та 3% – меблі та різноманітні інструменти (4,27 млрд. дол. на рік) [7]. Така

структура покупок обумовлена перед усім наявністю на електронному ринку таких визначних гравців, як «Amazon» та «eBay», що на сьогодні є одними з найбільш великих та успішних підприємств галузі електронного бізнесу; асортимент охоплює здебільшого перші три категорії найбільш популярних товарів. Так, щорічний прибуток «Amazon» складає 61 млрд. дол., «eBay» – 14 млрд. дол. Серед інших визначних гравців ринку можна відзначити компанію «Staples» (США) із щорічним прибутком 11 млрд. дол., «Rakuten» (Японія) з прибутком 4,7 млрд. дол. та «Wal-Mart» (США) з прибутком 10 млрд. дол. [8]. Сьогодні у світі 74,7% країн мають законодавчу базу, що регулює здійснення електронних транзакцій, 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 розвинутою: 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 [8].

В Проекті Закону України «Про електронну комерцію» визначені основні терміни та поняття, такі як електронний товар, електронна торгівля, інтернет-магазин, а також чітко встановлені суб'єкти та об'єкти електронної комерції. Важливим є встановлення даним нормативно-правовим актом порядку проведення електронної торгівлі та здійснення відповідних господарських операцій, а також розрахунків між суб'єктами комерції. Таким чином, Типовий закон ЮНСІТРАЛ «Про електронну торгівлю» – це основа законотворчості в Україні, адже він регулює загальні положення електронної комерції. Більш широко та детально окремі аспекти регулюються законами, що розглядають кожен аспект електронної діяльності зокрема.

Ст. 7 Закону, розробленого ЮНСІТРАЛ передбачає, що стосовно даних у формі повідомлень вимога щодо підпису є виконаною, якщо особа, яка ставила підпис, пройшла ідентифікацію. Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 22.05.2003 р. № 852-IV регламентує порядок ідентифікації такої особи та визначає правовий статус електронного цифрового підпису, а також регулює відносини, що виникають при використанні електронного цифрового підпису. Окрім цього, Закон «Про електронний цифровий підпис» визначає суб'єкти правових відносин у сфері послуг електронного цифрового підпису, їх права та обов'язки.

Основними засобами ведення електронної комерції є торгівля за допомогою телефонних та інтернет-мереж. Закон України «Про телекомунікації» від 18.11.2003 р № 1280-IV встановлює правову основу діяльності у сфері телекомунікацій. Закон визначає повноваження держави щодо управління та регулювання зазначеної діяльності, а також права, обов'язки та засади відповідальності фізичних і юридичних осіб, які беруть участь у даній діяльності або користуються телекомунікаційними послугами [4]. Нормативно-правова база України поступово доповнюється законодавчими актами, які регулюють діяльність у сфері електронної торгівлі.

Розглянувши та провівши аналіз вище наведених нормативно-правових актів, які регулюють електронну торгівлю в Україні, робимо висновок, що законодавча база з даного питання недостатня. Зокрема, на сьогоднішній день не розроблена фіскальна політика у сфері електронної комерції, відсутній механізм врегулювання спорів. За таких умов важко розвивати бізнес та провадити торгівлю. Окрім приватних підприємств, за таких умов, і держава втрачає дохід, адже за допомогою засобів комунікацій можливо торгувати не лише товарами або послугами приватного сектору економіки, а й державного. Наприклад, цінними паперами, послугами державних підприємств та інше.

Отже, вважаємо, що першим кроком до вдосконалення законодавчо-правового врегулювання електронної торгівлі в Україні є видання відповідного профільного закону, який би встановлював основний порядок проведення електронної комерції в державі. Другим приведення у відповідність Господарського, Цивільного та Податкового Кодексів України, і третім кроком має бути внесення змін до існуючих нормативно-правових актів з огляду появи нового виду торгівлі.

Висновки і пропозиції. Хоча темпи розвитку інформаційних технологій в Україні через соціально-економічні проблеми ще відстають від США і країн Західної Європи, наша держава входить у світовий інформаційний простір. Оскільки дотепер не розроблено ефективних інструментів впливу на ринок електронної комерції, він розвивається самостійно. З метою підвищення конкурентоспроможності вітчизняного сектору електронної комерції на світовому ринку слід розробити та вдосконалити його інституційне забезпечення. Для розвитку е-комерції в Україні необхідно: забезпечити відповідну нормативно-правову базу (затвердити Інформаційний кодекс України, Закон України «Про електронну комерцію»); створити національну інформаційну інфраструктуру; запровадити е-урядування з е-послугами; забезпечити фінансування державних проектів Національної програми інформатизації; фінансувати НДР щодо поширення систем електронної комерції; узгодити державно-громадську взаємодію у сфері електронної комерції; організувати публічні дебати щодо рейтингу України у світовій е-комерції; розробити Національний план дій з регулярного ознайомлення та впровадження систем е-комерції різних типів.

Закріплення основ державного регулювання електронної торгівлі у законодавстві України, подальший розвиток її правового регулювання в спеціальних законах, внесення відповідних змін до чинного законодавства щодо електронного обміну даними, укладання угод в електронній формі – це питання, які потребують подальшого вирішення. Адже створення режиму максимального правового сприяння розвитку електронної комерції – фундамент для успішної конкуренції українських суб'єктів на світовому ринку.

Список літератури:

1. Тимченко Л.Д. Правове регулювання електронної комерції: [монографія] / Л.Д. Тимченко, П.В. Мельник, Тарангул Л.Л. [та ін.]; за ред. д-ра юрид. наук, проф. Л.Д. Тимченка. – Ірпінь: НУ ДПС України, 2008. – 236 с.
2. Макарова М.В. Тенденції розвитку цифрової економіки: [монографія] / М.В. Макарова. – Полтава: РВВ ПУ-СКУ, 2004. – 236 с.
3. Пархоменко В.М. Розвиток бухгалтерського обліку: від реформування до адаптації та застосування / В.М. Пархоменко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. – № 8/9. – С. 3–20.
4. Summer A., Dunkan Gr. E-Commerce // NYH Publishing. – 1999. – 263 p.
5. Резолюція Генеральної Асамблеї ООН N ООН A/51/628 від 16 грудня 1996 року «Типовий закон про електронну торгівлю», прийнятий Комісією Організації Об'єднаних Націй з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ), і Керівництво з прийняття ООН № A/51/628 від 16.12.1996. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MU01116.html
6. Чучковська А.В. Правове регулювання електронної комерції в Україні. Навчальний посібник / А.В. Чучковська – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
7. Top Selling Internet Items. Statistic brain research institute. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.statisticbrain.com/top-selling-internet-items/>
8. Information economy report 2015. Report of United Nations Conference on Trade and Development. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1146>
9. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
10. Директива 2000/31/ЄС Європейського парламенту й ради ЄС «Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку» («Директива про електронну комерцію») від 08.06.2000 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_224
11. Царев В.В., Кантарович А.А. Электронная коммерция. Учебник для ВУЗов. – Санкт-Петербург: Питер, 2002 г. – 320 с.
12. Summer A., Dunkan Gr. E-Commerce // NYH Publishing. – 1999. – 263 p.

Белявская Ю.В.

Киевский национальный торгово-экономический университет

РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УКРАИНЕ

Аннотация

В статье исследованы действующую законодательно-правовую базу Украины в сфере электронной коммерции. Представлена система регулирования электронной коммерции (торговли в разрезе документов организационного характера. Определены проблемы законодательного обеспечения электронной торговли, проведен критический анализ действующих нормативно-правовых документов, регламентирующих отдельные аспекты электронной коммерческой деятельности.

Ключевые слова: электронная коммерция, регулирования, имидж, предприятие, потенциал предприятия.

Biliavska Y.V.

Kyiv National University of Trade and Economics

REGULATION OF E-COMMERCE IN UKRAINE

Summary

System of legal regulation of e-commerce (trading) of organizational documents. The problems of legislative provision of electronic commerce, conducted a critical analysis of existing normative legal documents regulating certain aspects of e-commerce.

Keywords: e-commerce, regulation, image, enterprise, potential enterprises.