

РОЗДІЛ IV. ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО, ГОСПОДАРСЬКО-ПРОЦЕСУАЛЬНЕ ПРАВО

УДК 346.7(477)

DOI <https://doi.org/10.26661/2616-9444-2020-1-10>

Інтернет-торгівля як одна з форм електронної комерції

Довгань В. М.

*Університет державної фіскальної служби України,
вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, Київська область, Україна
dovganv7354@gmail.com*

Ключові слова:

*торгівля, роздрібна, оптова,
інтернет-магазин, електронний
правочин.*

Стаття присвячена дослідженню такої форми електронної комерції як інтернет-торгівля. Проаналізовано визначення понять «торгівля», «електронна комерція», «електронна торгівля» та законодавчої бази. З'ясовано переваги та недоліки інтернет-торгівлі. Вироблено пропозиції і рекомендації щодо правового врегулювання інтернет-торгівлі як однієї з форм електронної комерції.

Internet trading as one of the forms of electronic commerce

Dovgan V. M.

*University of the State Fiscal Service of Ukraine,
University str., 31, Irpen, Kyiv region, Ukraine
dovganv7354@gmail.com*

Key words:

*trade, retail, wholesale, online
store, electronic transactions.*

The article is devoted to the study of such a form of e-commerce as Internet commerce, which arose under the influence of information and telecommunication technologies and is a relatively young type of economic activity. The development of information and telecommunication technologies accelerates the development of Internet commerce twice and brings the national electronic market to the world level, thereby increasing the level of relevance of this issue.

The article considers the concepts “trade”, “e-commerce”, “e-commerce”, which are interconnected on the principle of subordination. It is determined that the external form, the means of e-commerce is an online store, which has a lower cost and a simpler order of formation, in contrast to the usual store. It has been found that e-commerce, as one of the types of economic activity, has certain advantages and disadvantages.

The advantages of this type of economic activity are: speed; convenience; accessibility; variety of assortment; minimization of the cost of maintaining such a store; the ability to distribute their products on the national and international markets; increase sales. Disadvantages include: the creation of risks of store maintenance; the emergence of risks of using such a store by consumers; the complexity of consumer protection; insufficient legal framework; increasing the level of fraud; lack of control and supervision system.

After examining this issue, we came to the conclusion that under the influence of information and telecommunications technologies, one of the types of e-commerce – Internet commerce. Also, e-commerce contains a number of both positive and negative factors. The positives include: speed; convenience; accessibility; variety of assortment; minimization of the cost of maintaining such a store; the ability to distribute their products on the national and international markets; increase sales. To the negative: the creation of risks of store maintenance; the emergence of risks of using such a store by consumers; the complexity of consumer protection; insufficient legal framework; increasing the level of fraud; lack of control and supervision system.

Вступ. Під впливом науково-технічної революції, стрімким розвитком електронних комунікацій, появою світової мережі Інтернет майже кожна особа є досить активним користувачем мережі Інтернет. У зв'язку з цим неабиякого поширення набуває електронна комерція, яка має низку переваг і користується неабияким попитом серед споживачів. Особливого розвитку набирає роздрібна та оптова інтернет-торгівля, яка поступово витісняє традиційну торгівлю, маючи неабиякі переваги для сучасного комп'ютеризованого суспільства, якому характерне раціональне використання часу, зручність і доступність.

Актуальність питання електронної комерції, зокрема інтернет-торгівлі, не могло залишити без уваги багатьох науковців. Склад правової доктрини дозволяє вдосконалити та врегулювати питання в повному обсязі, вирішити правові колізії в чинному законодавстві. Неабиякий внесок при дослідженні питання врегулювання інтернет-торгівлі зробили наукові праці таких вчених, як О.Г. Боднарчук, О.І. Боднарчук, Н.Г. Голіонко, І.Ю. Гужви, А.С. Іванової, Т.Є. Іванової, С.М. Ілляшенка, О.В. Онищенко та багато інших. Проте в роботах зазначених авторів розглядалися фрагментарно проблеми правового регулювання інтернет-торгівлі як однієї з форм електронної комерції в Україні, що свідчить про актуальність обраної теми дослідження.

Метою статті є дослідження інтернет-торгівлі як однієї з форм електронної комерції, аналіз понятійного апарату та законодавчої бази, а також з'ясування переваг і недоліків у цій сфері та визначення пропозицій і рекомендацій відповідно до законодавства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оптова та роздрібна інтернет-торгівля як один з видів господарської діяльності займає далеко не останнє місце на світовому ринку електронної торгівлі. Стрімкий розвиток інтернет-діяльності та неабияка поширеність серед споживачів викликані комп'ютеризацією сучасного суспільства, в якому майже кожен є активним користувачем всесвітньої мережі Інтернет.

За статистикою торгівля є одним із найпоширеніших видів діяльності на світовому ринку. Понятійний апарат інтернет-торгівлі включає поняття «торгівлі», «електронної комерції», «електронної торгівлі», які тісно взаємопов'язані між собою на принципі субординації. Відповідно до Господарського кодексу України [1] господарсько-торгівельна діяльність – це діяльність, яка здійснюється суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг.

Варто зазначити, що при стрімкому розвитку надання товарів і послуг через всесвітню мережу Інтернет, а також відсутність правового регулювання цього виду діяльності виникла гостра необхідність у регулюванні питання електронної комерції. Адже для врегулювання організаційно-правових засад діяльності в сфері електронної комерції в Україні, встановлення порядку вчинення електронних правочинів із застосуванням інформаційно-телекомунікаційних систем та визначення прав і обов'язків учасників відносин у сфері електронної комерції було прийнято Закон України «Про електронну комерцію» [2].

Цей закон регламентує поняття електронної комерції як відносин, спрямованих на отримання прибутку, які 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 [2].

Також Закон України «Про електронну комерцію» [2] регулює відносини щодо вчинення електронних правочинів. Основними ознаками електронної комерції визначають надання товарів та послуг в різних сферах діяльності через всесвітню мережу Інтернет з використанням сучасних інформаційно-телекомунікаційних систем, здійснення суб'єктом господарювання такого виду діяльності, який не потребує безпосередньої участі учасників правочину, що здійснюється, а також для електронної комерції не є характерним передання інформації невизначеному колу осіб (теле- чи радіомовлення).

Одним із найпоширеніших видів здійснення електронної комерції є роздрібна та оптова електронна торгівля. В Україні за даними GfK близько 7 млн інтернет-користувачів здійснюють покупки онлайн, не виходячи з дому. Серед товарів, які найчастіше купують онлайн, лідерами залишаються побутова техніка та електроніка. За даними GfK за жовтень 2019 року ці товари купують 45% українських інтернет-споживачів. При цьому в більшості випадків замовляють дрібну техніку для будинку (міксери, фени, праски), смартфони, планшети та інші гаджети. На другому місці за популярністю – одяг (його купує 41% українських онлайн-шоперів). Косметика і парфумерія закривають топ-3 – 34% серед всіх, хто робить покупки в інтернеті [3].

Відповідно до Закону України «Про електронну комерцію» [2] під електронною торгівлею розуміється господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інфор-

маційно-телекомунікаційних систем. Можна виділити такі характерні ознаки електронної торгівлі:

- є одним із видів господарської діяльності;
- є однією з форм здійснення купівлі-продажу;
- реалізація товарів здійснюється дистанційним способом з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

Електронна торгівля здійснюється продавцем через власні вебсайти – так звані «інтернет-магазини». Інтернет-магазин є ніби зовнішньою формою вираження електронної торгівлі, засобом здійснення електронної комерції. Оскільки інтернет-магазини останніми роками набувають неабиякого поширення і стрімко розвиваються, тому навіть створено сучасні платформи, які надають відповідний комплекс послуг із запуску інтернет-магазину: створення і підтримка сайту, його дизайн, просування в мережі Інтернет з можливістю вибору відповідних інструментів, інтеграція сайту з певними сервісами, необхідними для автоматизації бізнес-процесів замовника (сервіси оплати, доставки, облікові системи, CRM тощо) [4, с. 239]. Існування таких платформ значно зекономить час продавця на створення та просування інтернет-магазину, проте обкладе певними витратами.

Чисельність фахівців, які надають послуги зі створення та просування інтернет-магазинів, дедалі більшає, оскільки попит на такий вид послуг стрімко зростає.

Інтернет-магазин має власні переваги, а саме створення власного сайту дозволяє повноцінно представити себе в інтернеті, максимально розповісти про свою компанію і товари споживачеві, розвивати товарну марку, виділитися серед конкурентів, відстежувати дії відвідувачів. Проте розроблення сайту інтернет-магазину – це лише початковий етап. Щоб забезпечити обсяги продажу, необхідно просувати сайт у пошукових системах, удосконалювати його структуру та контент і покращувати юзабіліті. Історія створення інтернет-магазинів показує, що за наявності якісного веб-ресурсу та використання технологій і методів інтернет-маркетингу можна досягти збільшення продажів у кілька разів [5, с. 73]. До таких належить яскраве оформлення сайту, виведення сайту в топ-найпоширеніших, яскрава та гучна рекламна розсилка, наявність доступних фільтрів для пошуку товару, постійні розіграші та знижки. Все це неабияк приваблює інтернет-покупців і піднімає продажі в рази.

Стрімкий розвиток і неабиякий попит спричинили закріплення поняття «інтернет-магазину» на законодавчому рівні. Законом України «Про електронну комерцію» [2] визначено, що під інтернет-магазином розуміють засіб для представлення або реалізації товару, роботи чи

послуги шляхом вчинення електронного правочину. До переваг інтернет-торгівлі належить низька собівартість, зручне місце здійснення огляду та вибору товарів, можливість різних шляхів оплати, в тому числі оформити кредит, цілодобове обслуговування, необмеженість площі розміщення товарів, оперативність створення суб'єкта підприємницької діяльності в сфері інтернет-торгівлі [6, с. 109].

На думку Н.Г. Голіонко та А.С. Іванової, до позитивних рис електронного ринку належать зручність для споживача, нижчі, порівняно з рітейлом, ціни, кращі умови доставки, доступу до відгуків про товари, урізноманітнення пристроїв, підключених до інтернету; більше охоплення різних вікових груп населення цифровими технологіями та створення більшої кількості маркетплейсів (віртуальних торговельних центрів), які вважаються більш універсальними порівняно з інтернет-магазинами [4, с. 238].

І.Ю. Гужва зазначає, що бурхливий розвиток електронної торгівлі пояснюється такими її перевагами:

1) розвиток електронної торгівлі збільшує потенціал експорту товарів і послуг – українські компанії зможуть поширювати свою продукцію також в інших країнах, що сприяє збільшенню бази оподаткування й доходів бюджету;

2) електронна торгівля допомагає малим і середнім підприємствам конкурувати з більшими підприємствами, даючи їм можливість одержати ширший ринок споживачів і допомагаючи знайти способи зменшення витрат;

3) електронна торгівля переборює традиційні бар'єри бізнесу: територіальну віддаленість і нестачу інформації щодо можливостей ринку. Компаніям уже не потрібно підтримувати зайвий персонал або здійснювати більші капіталовкладення у розвиток фахівців [7, с. 13–14].

Можна виділити такі переваги інтернет-магазину над звичайним магазином:

- швидкість і зручність здійснення покупок, не виходячи з дому;

- можливість доступу споживача до віддалених ринків;

- частіше дешевше здійснення покупок;

- широке коло споживачів;

- цілодобова торгівля та надання консультацій в режимі онлайн;

- захищеність товару від розкрадання;

- підвищення рівня продажів;

- встановлення «фільтрів», за допомогою яких можна легко знайти товар, який цілком задовольнить вимоги споживачів;

- широкий асортимент запропонованих товарів, оскільки немає обмежень щодо кількості товарних одиниць;

– не потрібно витрачати кошти на оренду торгових площ, на оплату роботи персоналу, на облаштування магазину;

– постійно діючі бонуси, знижки, акції, які неабияк приваблюють потенційних клієнтів.

Характеризуючи інтернет-торгівлю як вид господарської діяльності, варто розглядати не лише позитивні аспекти електронної торгівлі та здійснення господарської діяльності через інтернет-магазини, а й проаналізувати недоліки. Виділяють такі основні негативні аспекти здійснення інтернет-торгівлі як недосконале правове регламентування, базування на рівні ризику і довіри до продавця, неможливість перевірки якості товару [6, с. 109].

Господарський кодекс не регламентує такий вид діяльності як електронна торгівля. Регламентування здійснюється лише Законом України «Про електронну комерцію» [2], який охоплює лише понятійний апарат здійснення такого виду діяльності, далі ж застосовується закон за аналогією, що не дозволяє повністю врегулювати здійснення електронної торгівлі.

Діяльність інтернет-магазинів породжує певні ризики як для покупця, так і для продавця. Для покупця існує ймовірність отримати товар, який не відповідає якісним та кількісним характеристикам, або взагалі його не отримати та стати потерпілим від шахрайства. В багатьох випадках захистити свої права як споживача стає не можливим через відсутність контактних даних інтернет-магазину та даних щодо його реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань. Незареєстрована діяльність тягне за собою уникнення від сплати податків і ненадходження коштів до Державного бюджету від здійснення господарської діяльності, відсутність контролю та нагляду за здійсненням електронної торгівлі є одним з основних недоліків такого виду діяльності.

Інтернет-торгівля – це новий вид господарсько-торгівельної діяльності, який тільки починає розвиватися, має позитивні та негативні фактори впливу. До позитивних належить збільшення кількості користувачів інтернет-торгівлею; великий

вибір асортименту; доступна ціна для будь-якого споживача; економія часу суб'єктів інтернет-торгівлі; доступність товарів. До негативних – залишається не до кінця врегульоване питання щодо гарантій споживачів; конкурентність між продавцями; недостовірна інформація щодо товару; загроза шахрайства [8, с. 103].

Можна виділити такі недоліки здійснення інтернет-торгівлі в Україні:

– ризик отримання товару, який не відповідає якісним чи кількісним характеристикам;

– ускладнення процедури захисту прав споживачів відсутністю суб'єктного складу оскарження;

– більшість інтернет-магазинів незареєстровані як юридична особа чи фізична особа-підприємець;

– несплата податків, що породжує ненадходження коштів до бюджету;

– високий рівень шахрайства, який унеможливає притягнення до відповідальності злочинців через неможливість встановлення такої особи;

– відсутність системи контролю та нагляду за таким видом господарської діяльності;

– недосконале правове регулювання електронної торгівлі;

– базування на рівні ризику і довіри до продавця.

Висновки. Із зазначеного вище можна зробити висновок, що під впливом інформаційно-телекомунікаційних технологій виник один із видів електронної комерції – інтернет-торгівля. Інтернет-торгівля містить низку як позитивних, так і негативних факторів. До позитивних належить швидкість; зручність; доступність; різноманітність асортименту; мінімізація собівартості утримання такого магазину; можливість поширення свого товару на національному та міжнародному ринках; підвищення рівня продажів. До негативних – породження ризиків утримання магазину; виникнення ризиків користування таким магазином споживачами; складність захисту прав споживача; недостатність законодавчої бази; підвищення рівня випадків шахрайства; відсутність системи контролю та нагляду.

Література

1. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. URL: <https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#n16> (дата звернення: 29.04.2020).
2. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL: <https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення: 29.04.2020).
3. Що купують українці онлайн і скільки на це витрачають – аналітика GfK і OLX : веб-сайт. URL: <https://gau.ua/novyni/novini-kompanij/shho-kupuuyut-skilky-vytrachayut/> (дата звернення: 21.02.2020).
4. Голіонко Н.Г., Іванова А.С. Сучасні підходи до створення інтернет-магазинів. Інноваційне підприємство: стан та перспективи розвитку : збірник матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ, 29-30 березня 2018 року. Київ, 2018. С. 241–242.
5. Ілляшенко С.М., Іванова Т.Є. Перспективи та основні проблеми розвитку інтернет-торгівлі в Україні. Механізм регулювання економіки. 2014. № 3. С. 72–81.

6. Онищенко О.В., Сова К.В. Характеристика інтернет-торгівлі в Україні. Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки в умовах глобальної нестабільності : матеріали V міжнародної наукової конференції, м. Кременчук, 6-7 грудня 2017 року. Кременчук, 2017, С. 108–109.
7. Гужва І.Ю. Особливості регулювання електронної торгівлі на глобальному рівні. Сучасні концепції управління економічним розвитком країни : збірник тез наукових робіт учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Одеса, 22-23 січня 2016 року, Одеса, 2016, С. 13–16.
8. Боднарчук О.Г., Боднарчук О.І. Інтернет-торгівля в Україні: суперечності розвитку та напрями гармонізації. Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції. 2018. № 1. С. 101–103.

References

1. “Economic Code of Ukraine”: Law of Ukraine is from January, 16, 2003 № 436-IV, available at: <https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#n16> (date of application: April, 29, 2020).
2. “About e-commerce”: Law of Ukraine is from September, 3, 2015. № 675-VIII, available at: <https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (date of application: April, 29, 2020).
3. “What Ukrainians buy online and how much they spend on it – GfK and OLX analysts”, available at: <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/shho-kupuyut-skilky-vytrachayut/> (date of application: February, 21, 2020).
4. Holionko N.H. and Ivanova A.S. (2018). “Modern approaches to creating online stores”, Innovative entrepreneurship: state and prospects of development : zbirnyk materialiv III Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii, Kyiv, March 29-30, 2018, P. 241–242.
5. Illiashenko S.M. and Ivanova T.Ye. (2014). “Prospects and main problems of e-commerce development in Ukraine”, *Mehanizm rehulivannia ekonomiky*, 2014, № 3, P. 72–81.
6. Onyschenko O.V. and Sova K.V. (2017). “Characteristics of Internet trade in Ukraine”, Current problems and prospects of economic development in conditions of global instability : materialy V mizhnarodnoi naukovoї konferentsii, Kremenchuk, December 6-7, 2017, P. 108–109.
7. Huzhva I.Yu. (2016). “Features of e-commerce regulation at the global level”, Modern concepts of managing the economic development of the country : zbirnyk tez naukovih robit uchasnykiv Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii, Odesa, January 22-23, 2016, P. 13–16.
8. Bodnarchuk O.H. and Bodnarchuk O.I. (2018). “Internet trade in Ukraine: contradictions of development and directions of harmonization”, *Aktualni problemy vitchyznianoї yurysprudentsii*, 2018, № 1, P. 101–103.