

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Врублевська-Місюна Катерина,

*Україна, к. ю. н., молодший науковий співробітник
Науково-дослідного інституту правового забезпечення
інноваційного розвитку НАПрН України
vkatrin21@gmail.com*

Аннотація: В докладі проведено аналіз питань, пов'язаних з процесом здійснення електронної торгівлі. Виділені існуючі в законодавстві прогалини по регулюванню вказаних відносин, обґрунтована необхідність регламентації положень пов'язаних з встановленням вимог до здійснення інтернет-торгівлі та оплати товарів, сформульовані пропозиції по їх практичному вирішенню та дані рекомендації з метою забезпечення безпеки здійснення електронної комерції.

Abstract: The present report analyses issues related to e-commerce. The gaps in the regulation of these relations are set out in the legislation, the necessity of regulating these provisions associated with the establishment of requirements for the implementation of Internet commerce and payment in kind is substantiated, suggestions for their practical solution are formulated and recommendations are given in order to ensure the security of the implementation of e-commerce.

Ключові слова: електронна комерція, електронна торгівля, інтернет-магазин, платіжна система.

Дослідженню окреслених питань свого часу присвятили увагу таку вчені, як Адамюк Д. І, Іванова К. Ю, Мілаш В. С., Плєскач В. Л., Чучковська А. В. Здебільшого наукові праці присвячені аналізу основних положень законодавства України, які стосуються електронної комерції, відповідності їх Директивам ЄС, дослідженню міжнародного досвіду здійснення електронної комерції та з'ясуванню правової природи договорів у сфері електронної комерції.

З прийняттям у 2015 році Закону України «Про електронну комерцію» [1] було встановлено певні правила діяльності інтернет-бізнесу. Аналізуючи становище ринку електронної комерції до та після прийняття Закону, можна дійти висновку, що прийняття вказаного

Закону не стало перешкодою на шляху розвитку сфери електронної комерції. Темпи відкриття інтернет-магазинів високі, а ріст обороту на порядок вищий, ніж в традиційній торгівлі.

Желіховський В. М. визначає електронну комерцію як систему взаємовідносин у сфері здійснення обміну даними (електронними документами) та інформацією між суб'єктами господарювання з використанням глобальної мережі Internet [3; 7].

В свою чергу Н. Л. Савицька, розглядає електронну комерцію у декількох значеннях – вузькому (розглядається як комерційна діяльність лише Інтернет-провайдерів і виробників інформаційних технологій), звуженому та широкому (всі можливі способи використання інформаційно-цифрового простору і технологій для розподілу ділової інформації, вибудовування відносин між суб'єктами ринку та здійснення господарської діяльності) [4].

Вивчаючи підходи науковців до визначення поняття «електронна комерція» очевидним є те, електронна комерція це високоефективна форма товарно-грошових відносин, адже котрий рік підряд показує стабільне зростання, з 2010 р. по 2017 р. товарно-грошовий оборот збільшився у 6,5 рази. Цей тренд відповідає загальносвітовому, де все більша частка торгівлі товарами і послугами переходить в мережу Інтернет [5].

В сучасних ринкових відносинах важливим елементом при здійсненні операцій, що стосуються обміну грошового еквіваленту на товари, послуги чи активи відповідної вартості, є використання електронної платіжної системи, яка відповідно до Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» визначається, як платіжна організація, члени платіжної системи та сукупність відносин, що виникають між ними при проведенні переказу коштів [2].

Оплата картою на території України здійснюється за допомогою платіжних систем, найбільш поширеними серед яких є та LiqPay, WebMoney, Qiwi та інші.

Вивчаючи практичні аспекти здійснення діяльності інтернет-магазинами, можна виокремити найбільш поширені схеми продажу та здійснення оплати товарів через інтернет-магазини. По-перше, це офіційні інтернет-магазини, у яких на балансі є товар, що пропону-

ється споживачу. (Ельдорадо, Фокстрот, Comfy та інші). Оплата відбувається шляхом переказу коштів на відкритий рахунок у певному банку. Як правило, такі великі підприємці не пропонують покупцю перерахувати кошти за товар на поточний рахунок фізичної особи.

По-друге, це фізичні особи-підприємці, які мають на балансі товар. При продажі товару оплату приймають на карту певного банку, яка оформлена на фізичну особу.

По-третє, фізичні особи підприємці, які не мають в наявності товару, а є по суті посередниками. Оплату приймають, в основному, на карту певного банку, що оформлена на фізичну особу. При цьому, найчастіше особа, на чий рахунок здійснюється переказ коштів не зазначається на сайті інтернет-магазину як продавець чи будь-яка інша контактна особа. Такі продавці здійснюють пошук товару вже безпосередньо після його оплати покупцем. Варто зазначити, що вказана схема діяльності є найбільш поширеною серед дрібних підприємців.

Останній варіант є найменш вдалим, оскільки інтернет-магазин здійснює покупку товару у постачальника, як підприємець, а він в свою чергу продає його безпосередньому споживачу. В такому випадку, коли виникає питання обміну несправного товару чи гарантійного обслуговування всі витрати або покриваються самим інтернет-магазином, що наносить йому збитки, або взагалі не покриваються, тим самим порушуючи права споживачів та втрачаючи репутацію свого інтернет-магазину, що в подальшому призведе до втрати клієнтів. Для уникнення подібних ситуацій необхідно, щоб постачальник формував замовлення на складі і відправляв безпосередньому споживачу.

Чи не найбільшою проблемою для електронної комерції наразі є проблема безпеки. Передусім це стосується онлайн-оплати через мобільні додатки й різні сервіси. Попри активну роботу кіберполіції, досить часто трапляються випадки несумлінного використання конфіденційної інформації, крадіжки грошей з рахунків тощо.

Шахрайські операції здійснюються при продажі за допомогою: а) відсутність інформації про продавця та «безтоварні магазини»; б) магазинів, що безвісти зникають з ринку після успішно проведе-

них афер; в) фіктивних магазинів, призначених для збору інформації про картки клієнтів; г) використання психологічного чинника тощо.

Проаналізувавши нормативну базу, доктринальні дослідження та дослідивши актуальні практичні питання у сфері здійснення електронної комерції, а саме щодо продажу товарів через інтернет-магазини очевидним є те, що багато питань залишаються поза увагою законодавця, що в свою чергу створює підґрунтя для недобросовісного виконання зобов'язань учасниками вказаних відносин та посягань з боку шахраїв. Задля підвищення безпеки здійснення електронної комерції необхідною є чітка правова регламентація таких важливих питань як: забезпечення підтвердження якості товару; Забезпечення підтвердження виконання поставки; закріплення розподілу відповідальності при здійсненні відправлення та повернення товару. Зважаючи на те, що в більшості випадків покупець не впевнений в доброчесності продавця щодо виконання поставки товару, а продавець не впевнений в платоспроможності покупця доцільним вважається обов'язкове введення акредитиву для фізичних осіб, що передбачає підтвердження платежу платіжною системою, в такому випадку це буде додатковим захистом для продавця і покупця щодо виконання зобов'язання.

Таким чином, наступними кроками розвитку електронної торгівлі в Україні мають стати підготовка підзаконних актів, які мають забезпечити створення системи якості для електронної комерції, адже урегулювання питань стосовно електронної комерції в правовому полі стане поштовхом для наступного інтенсивного етапу розвитку як внутрішньої, так і міжнародної електронної комерції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНШИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 45. Ст. 410.
2. Про платіжні системи і переказ грошей в Україні: Закон України від 05.04.01 р. N 2346-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 29. Ст.137.
3. Желіховський В. М. Правові засади електронної комерції в Україні: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.07. Київ, 2008. 22 с.
4. Савицька Н. Л. Драйвери та бар'єри розвитку онлайн-ритейлу: теоретико-методичний аспект. *Бізнес Інформ*. 2014. № 10. С. 236–241.
5. Дослідження ринку електронної комерції України. URL: <http://hub.kyivstar.ua/?p=13562>