

УДК 342:339.1

А. НОВИЦЬКИЙ, кандидат юридичних наук**С. ПОЗНЯКОВ**, провідний науковий співробітник НДЦ ПО
Національного університету ДПС України

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ПОНЯТТЯ “ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ”

Анотація. Щодо питань сутності, змісту та правового регулювання електронній торгівлі.

Використання Інтернет для розширення доступу до інформаційно-комунікаційних послуг необхідно розглядати як умову інтеграції України у світовий інформаційний простір і розбудови інформаційного суспільства [1]. Характерною ознакою цього суспільства є розвинена інформаційна інфраструктура та широке використання інформаційних технологій, зокрема у галузі торгівлі.

На сьогодні у світовій глобальній економіці активно поширюються передові технології торгівлі та маркетингу, різноманітні інформаційні, технічні й технологічні інновації. Також розвивається гнучке електронне ціноутворення, впроваджуються електронні засоби супроводу товарів, штрихове кодування, засоби радіочастотної технології моніторингу руху відвідувачів; здійснюється перехід до персоналізованого обліку покупців за рахунок впровадження клубних та дисконтних карток, карток самообслуговування, а мережеві підприємства стали найбільш активними новаторами в питаннях підвищення рівня торговельного обслуговування, впровадження на українському ринку передових технологій, зокрема електронної торгівлі, споживчого кредитування населення, розрахунку кредитними картками тощо [2. – С. 17-18]. За статистичними даними, доходи підприємств в Україні від надання послуг комп’ютерного зв’язку із 151 млн. грн. у 2000 році зросли на початок 2006 року до 1 млрд. грн., тобто на 15 % [3. – С. 123]; доходи підприємств в Україні від надання послуг комп’ютерного зв’язку населенню із 17 млн. грн. у 2000 році зросли на початок 2006 року до 144 млн. грн., тобто на 12 % [3. – С. 123].

В умовах динамічного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій у світовій економіці, зростання ділової активності в мережі Інтернет постало актуальне питання наукового забезпечення формування інформаційного суспільства, електронних економічних відносин. У зв’язку із цим у багатьох наукових та навчальних джерелах, присвячених питанням розвитку інформаційного суспільства, здійснення електронного бізнесу тощо зустрічається значна кількість понять, які потребують свого наукового визначення для адекватного розуміння певних об’єктивних процесів у досліджуваній сфері та реалізації відповідних форм правозастосування. Завданням даної статті є визначення сутності та змісту поняття “електронна торгівля”, а також напрямів здійснення подальшого дослідження у цій сфері діяльності щодо адаптації вітчизняного законодавства та попередження правопорушень. До питань становлення, формування, розвитку та правового забезпечення електронної торгівлі звертались цілий ряд науковців: М.Швець, В.Цимбалюк, В.Брижко та інші. Проте чіткого місця даному поняттю не було визначено.

Світовим лідером електронно-комерційного ринку є США, і цей ринок постійно зростає. Якщо, наприклад, питома вага електронної комерції промислового сектору країни у 2000 році становила 18 % від загального обсягу виробництва, то у 2003 році – 21 %. Електронна оптова торгівля за цей період зросла з 241 до 387 млн. дол. США, тобто на 60,5 %,

а загальний її обсяг збільшився лише на 7,7 %. Інтенсивний розвиток електронної комерції спостерігається й у Канаді: обсяг продажів у мережі Інтернет у 2004 році становив близько 23 млн. дол. США проти 4,5 у 2000 р. [4. – С. 19].

Концепції “електронного бізнесу” та “електронної комерції” виникли в США у 1980-х роках і стали результатом розвитку більш ранніх ідей глобальної інформаційної економіки, що були теоретичною основою створення внутрішньофірмових і корпоративних інформаційних мереж та вбудовування інформаційних технологій у процес функціонування організацій [5. – С. 47].

У масиві проаналізованих нами джерел терміни “електронний бізнес”, “електронна комерція” та “електронна торгівля” використовуються як синоніми. Так одне з перших визначень “електронної торгівлі” було запропоновано в 1996 році професором Колумбійського університету В. Звасом: *“електронна торгівля – це розподіл ділової інформації, відносин оточення бізнесу і проведення ділових угод за допомогою телекомунікаційних мереж. У сьогодишньому бізнес-оточенні оперативні кордони між фірмами стали проникними, оскільки ці кордони стали заважати підприємництву і розділяти між-фірмові та внутрішньофірмові ділові процеси. Тому електронна комерція тут включає відносини купівлі продажу й угоди між компаніями, а також загальні процеси, які підтримують торгівлю в межах окремих фірм”* [6].

У Типовому законі про електронну торгівлю ЮНСІТРАЛ, що застосовується до будь-якого виду інформації у формі повідомлень даних, які використовуються у контексті торгової діяльності, термін “торгова діяльність” тлумачиться широко з метою охоплення питань, які витікають із відносин торгового характеру. Зазначені відносини відповідно до норм зазначеного закону включають: будь-які торгові угоди на постачання товарів, послуг або обмін товарами, послугами; дистрибуторські угоди; комерційне представництво і агентські угоди; факторинг; лізинг; будівництво промислових об’єктів; надання консультаційних послуг; інжиніринг; купівлю-продаж ліцензій; інвестування; фінансування; банківські послуги; страхування; угоди про експлуатацію або концесії; спільні підприємства та інші форми промислового й підприємницького співробітництва; перевезення вантажів і пасажирів транспортом [7]. Зазначений перелік не є вичерпним. Проте, зміст поняття “електронна торгівля” у зазначеному Типовому законі прямо не розкривається, але визначається характерна її особливість: електронна торгівля охоплює програмовані повідомлення, суттєвою відмінністю яких від традиційних паперових документів є їх комп’ютерне програмування.

Правове забезпечення цієї діяльності розвивається, проте не такими швидкими кроками як сама електронна торгівля. Світова концепція правової регламентації електронної торгівлі втілена у низці правових документів.

Стрімкий розвиток інформаційно-телекомунікаційних технологій в країнах-членах ЄС призвів до потреби вироблення стратегії побудови інформаційного суспільства, відповідного правового регулювання підприємницької діяльності із використанням телекомунікаційних мереж, Інтернет. У цьому напрямі Європейський Союз вже має певну історію та досвід нормотворчої діяльності. Із 1991 року в ЄС було прийнято досить значну кількість нормативно-правових актів, які за своєю суттю направлені на створення умов для цивілізованого функціонування електронного ринку на європейському просторі, і перш за все дотримання основних прав, свобод та законних інтересів суб’єктів зазначених правовідносин, визначених у положеннях Європейської конвенції про захист прав людини і основоположних свобод [8]. Це, зокрема, такі нормативні акти Європейського Парламенту і Ради ЄС, як Директива 91/250/ЄС “Про правову охорону програм для ЕОМ” від 14.05.1991

р. [9], Директива 97/7/ЄС “Про захист споживачів відносно дистанційних договорів (дистанційний продаж)” від 20.05.1997 р.; Директива 97/66/ЄС “Про обробку персональних даних і захист права осіб у телекомунікаційному секторі” від 15.12.1997 р.; Директива 99/93/ЄС “Про політику ЄС щодо електронних підписів” від 13.12.1999 р. [10]; Директива 2000/31/ЄС “Про деякі правові аспекти інформаційних суспільних послуг, зокрема електронної комерції на внутрішньому ринку (Директива щодо електронної комерції)” від 8.06.2000 р. [11] та ін.

Згідно з пунктом 8 Директиви 2000/31/ЄС її метою є створення законодавчої бази для забезпечення вільного руху інформаційних суспільних послуг між державами-членами ЄС, а не узгодження сфери кримінального законодавства як такого. У межах пункту 18 Директиви 2000/31/ЄС інформаційні послуги включають широкий діапазон економічної діяльності, що здійснюється в режимі реального часу. Ця діяльність може, зокрема, включати: продаж товарів в оперативному режимі; надання послуг, які полягають у передачі інформації через інформаційну мережу, забезпеченні доступу до мережі або хостуванні інформації; надання провайдером безпосередньо користувачеві таких послуг, як відеозв’язок на замовлення або надання комерційної інформації електронною поштою.

Директива 2000/31/ЄС передбачає такі визначення, як “інформаційні суспільні послуги” (послуги, визначені у статті 1(2) Директиви 98/34/ЄС, доповненої Директивою 98/48/ЄС); “провайдер послуг”; “зарєєстрований провайдер послуг”, “користувач послуг”; “споживач”; “комерційна інформація”; “регламентована професія”; “координована сфера”, а також визначає вимоги до правового режиму “електронних контрактів”, “кодексу поведінки”, “переліку судових процедур” тощо [11]. Разом з тим, у проаналізованих основних нормативно-правових актах ЄС, які пов’язані із регулюванням правового режиму електронної торгівлі, відсутнє поняття “електронна торгівля (комерція)”.

Звернувшись до досвіду наших сусідів, зазначимо, що починаючи із 2000 року в Державній Думі Російської Федерації розглядаються законопроекти “Про електронну торгівлю” і, як власне й Україна, Росія на даний час не має повноцінного закону в досліджуваній сфері економічної діяльності. Останній за часом законопроект Федерального закону “Про електронну торгівлю” № 310163-4, внесений на розгляд Державної Думи РФ 16.06.2006 р., визначає низку понять: “електронне повідомлення”, “електронна торгівля”, “учасник електронної торгівлі”, “автоматизована операція”, “організатор електронної торгівлі”, “інформаційний посередник” та ін. Поняття “електронна торгівля” визначається як *“діяльність із продажу/постачання товарів, виконання робіт, надання послуг, що здійснюється із використанням електронних повідомлень”*. У пояснювальній записці до зазначеного вище законопроекту визначаються економічні галузі розповсюдження на даний час електронних торгових систем, зокрема, у банківській та біржовій діяльності, металургії, машинобудуванні, транспорті, нафтогазовому комплексі, електроенергетиці та легкій промисловості. Для сучасної електронної торгівлі, також характерні відносини за участю споживачів у сфері торгівлі та послуг. Активно розвиваються нові види електронної торгівлі та послуг: страхові, консалтингові, туристичні та ін. За даними Національної асоціації учасників електронної торгівлі, обсяг електронної торгівлі у Росії у 2005 році зріс на 38% порівняно з показником 2004 року і склав 4,5 млрд. дол. США [12].

До основних вітчизняних нормативно-правових актів, що регулюють правовідносини в сфері електронної торговельної діяльності в Україні, можна віднести, наприклад, Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, закони України “Про електронні документи та електронний документообіг”; “Про електронний цифровий підпис”;

“Про платіжні системи та переказ коштів в Україні”; Постанову КМ України від 29 березня 2006 р. № 377 “Деякі питання здійснення розрахунків за продані товари (надані послуги) з використанням спеціальних платіжних засобів”, яка затвердила Умови переведення торгівців, що провадять господарську діяльність у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг, й інші нормативні акти.

Проект Закону України “Про електронну торгівлю” (реєстр. № 3114 від 17.02.2003) визначає поняття “електронна торгівля” як *“укладання шляхом обміну електронними документами будь-яких цивільно-правових угод, а також придбання і здійснення з використанням електронних засобів інших прав і обов'язків у сфері підприємницької діяльності”* [13]. У висновку Головного науково-експертного управління Апарату Верховної Ради України до зазначеного законопроекту пропонується визначення “електронної торгівлі” як *“торговельної діяльності, при проведенні якої укладення договорів купівлі-продажу, міни, поставки та інших, за якими відбувається оплатний перехід права власності до покупця, проводиться шляхом обміну відповідними електронними документами”* [14]. На нашу думку, зазначені поняття не повною мірою відповідають, по-перше, нормам модельних (рамкових) законів ООН та ЄС, по-друге, практиці електронної торгівлі. Електронна торгівля у поданих визначеннях звужується власне до укладання угод, придбання прав і обов'язків шляхом обміну відповідними електронними документами, що об'єктивно не охоплює всіх можливих напрямів (галузей) економічної діяльності електронної торгівлі.

У проаналізованих нами вітчизняних та російських літературних джерелах термін “електронна торгівля” розглядається як складова або частина таких понять, як “електронна комерція” і “електронний бізнес” [15. – С. 12-13; 16; 17. – С. 7; 18. – С. 59]. Наприклад, М.В. Макарова визначає поняття “електронної комерції” як “різновид бізнес-активності, в якій взаємодія суб'єктів бізнесу з купівлі-продажу товарів і послуг (як матеріальних, так й інформаційних) здійснюється за допомогою глобальної комп'ютерної мережі Інтернет або будь-якої іншої інформаційної мережі” [18. – С. 59]. А.М. Береза, І.А. Козак та інші під “електронною комерцією” розуміють “придбання чи продаж товару за допомогою електронних носіїв чи через мережу, подібну до Інтернет”. Дане поняття може включати в себе замовлення, оплату та доставку товарів або послуг [17. – С. 7].

Поняття “електронна торгівля (комерція)” вужче, ніж поняття “електронний бізнес”. Оскільки видами електронного бізнесу вважається, наприклад, електронна комерція, електронний банкінг, електронні брокерські послуги, електронне управління поставками та ін. [19].

В російській науковій літературі поняття “електронна комерція” визначається як вид економічної діяльності [20] або як угоди [21]. Із практичної точки зору “електронна комерція” є *“технологією, яка забезпечує повний замкнений цикл операцій, що включає замовлення товару (послуги), проведення платежів, участь в управлінні доставкою товару (виконання послуги). Зазначені операції проводяться із використанням електронних засобів й інформаційних технологій та забезпечують передачу прав власності або прав користування одною юридичною (фізичною) особою іншій”* [15. – С. 12].

За сферами поширення електронної торгівлі у вітчизняній науково-навчальній літературі виділяють:

- маркетинг, продаж і сприяння продажу;
- передпродаж, попередні домовленості, поставки;
- фінансування й страхування;
- комерційні операції: замовлення, отримання, оплата;

- обслуговування та підтримка продукту;
- спільна розробка продукту;
- розподілене спільне виробництво;
- використання загальних і приватних послуг;
- адміністрування бізнесу (концесії, дозвіл, податки, митниця тощо);
- транспорт, техніка перевезень і постачання;
- загальні закупівлі;
- автоматична торгівля електронними товарами;
- бухгалтерський облік [17. – С. 14-15].

Як показують наведені вище приклади, електронна комерція може здійснюватися на різних рівнях, починаючи з простого представництва компанії в мережі до електронної підтримки процесів, спільно здійснюваних декількома компаніями також на національному чи інтернаціональному рівні. При цьому, існує певна відмінність між національними й інтернаціональними діловими операціями. Основи її є не технічними, а швидше законодавчими. На інтернаціональному рівні порівняно з внутрішньонаціональним електронна комерція ускладнюється відмінностями в угодах між країнами, у правовому режимі оподаткування, розмірах митних зборів та в правилах банківської діяльності [17. – С. 15].

Аналіз вітчизняного законодавства у сфері торгівлі свідчить про те, що поняття “торговельна діяльність” визначається із урахуванням специфіки сфер, видів, форм та галузей такої діяльності. Крім того, законодавство містить такі поняття, як “торгівля” [22], “господарсько-торговельна діяльність”, “торговельно-біржова діяльність” [23]. Найбільш узагальнюючими поняттями у вітчизняному законодавстві, що охоплюють й сферу електронної торгівлі, можна виділити такі поняття, як “торгівля”, тобто будь-які операції, що здійснюються за договорами купівлі-продажу, міни, поставки та іншими цивільно-правовими договорами, які передбачають передачу прав власності на товари [22]; “господарсько-торговельна діяльність”, тобто діяльність, що 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 [23].

Вищеназвані основні поняття формально включають такі господарські операції, як: реалізація продукції (товарів) виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання; купівля-продаж товарів; надання послуг щодо здійснення суб’єктами господарювання торговельної діяльності тощо.

Разом з тим, господарсько-торговельна діяльність, а так само й система електронної торгівлі, включає допоміжну діяльність, яка її забезпечує, тобто підтримку отримання прибутку, наприклад: створення попиту на товари і послуги; автоматизація адміністративних функцій, пов’язаних із продажем; пропозиція післяпродажної підтримки й обслуговування клієнтів (обробка замовлень); організація взаємодії між діловими партнерами (удосконалення обміну інформацією) [17. – С. 7; 19]. Це відповідно створює так званий “цикл електронної торгівлі”, який включає п’ять основних процесів: 1) доступ до інформації; 2) оформлення замовлення; 3) оплата; 4) виконання замовлення; 5) післяпродажне обслуговування і підтримка [19. – С. 8-12].

Не будучи єдиною технологією, електронна комерція характеризується високим рівнем функціональності. Функціональний підхід в організації електронної торгівлі на підприємствах пов’язаний із поняттям “бізнес-процес”, тобто “сукупності однієї або більшої кількості

пов'язаних між собою процедур чи операцій (функцій), які спільно дозволяють реалізувати деяку бізнес-задачу або політичну мету підприємства, як правило, в межах його організаційної структури, що описує функціональні ролі і відносини” [17. – С. 211].

Електронна торгівля об'єднує широкий спектр бізнес-операцій, включаючи: встановлення контакту, наприклад, між потенційними замовником і постачальником; обмін інформацією, до- і післяпродажну підтримку (інформацію про продукти і послуги, інструкції з використання продукту, відповіді на запитання); продаж; електронну оплату (з використанням електронного переказу грошей, кредитних карток, електронних чеків, електронних грошей); управління доставкою та її відстеження для фізичних продуктів, безпосередню доставку продуктів, що можуть розповсюджуватися електронним шляхом; організація створення та функціонування віртуальних підприємств – групи незалежних компаній, які об'єднують свої зусилля для одержання можливостей надання продуктів і послуг, недоступних для окремих компаній; бізнес-процеси, що розділяються, спільно керовані компанією та її торговими партнерами [17. – С. 21].

Крім цього, електронна торгівля об'єднує широкий спектр телекомунікаційних технологій, включаючи електронну пошту, факс, технологію електронного обміну даними (EDI) й електронні платежі (EFT), які призначені для задоволення потреб фізичних та юридичних осіб, органів державної влади в телекомунікаційних послугах [24]. Кожна з цих технологій може бути використана для підтримки електронної торгівлі у відповідному для неї контексті [17. – С. 21].

Проте, багато комерційних операцій електронної торгівлі є традиційними. Повна господарська (комерційна) операція, включаючи *замовлення, перевезення, отримання, випуску рахунків і платіжний цикл*, може бути проведена електронним способом. Взаємодія з авторизованими центрами (наприклад, митна і податкова служба, обмін-реєстрація електронних декларацій, інформаційні бази даних контролю, обліку тощо) з метою виконання митних і податкових зобов'язань, а також зі статистичними інститутами на даний час швидко розвивається. Проте, такі питання як, наприклад, безпека, захист прав на інтелектуальну власність, правові питання і процедури, що є частиною електронної торгівлі [17. – С. 7], а також правові механізми організації державного податкового контролю залишаються на даний час не розв'язаними ні науково, ні практично.

Таким чином, *електронна торгівля є формою ділової активності (бізнесу, підприємницької діяльності) за сферами економічної діяльності, змістом якої є будь-які операції, що здійснюються за цивільно-правовими договорами, що передбачають передачу прав власності на товари, надання послуг та проведення робіт шляхом комп'ютерного програмування повідомлень за допомогою електронних носіїв чи через мережу, подібну до Інтернет, із використанням можливостей інформаційно-телекомунікаційних технологій.*

На сучасному етапі розвитку глобальної електронної економіки основне завдання органів державної влади – забезпечити наукову розробку правових механізмів функціонування електронного бізнесу в Україні, системи державного контролю та правоохоронної діяльності з урахуванням світового досвіду в цій сфері.

Використана література

1. Концепція розвитку телекомунікацій в Україні до 2010 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 7 червня 2006 р. № 316-р // Офіційний вісник України. – 2006.– № 23 (21.06.2006). – Ст. 1729.

2. Лігоненко Л. Роздрібна торгівля України у дзеркалі світових тенденцій розвитку галузі // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2005. – № 6. – С. 12-22.
3. Статистичний довідник “Україна у цифрах у 2005 році”. – К.: “Консультант”, 2006. – С. 247.
4. Information Economy Report 2005. E-commerce and Development. United Nations Conference on Trade and Development / United Nations. – New York, Geneva, 2005. – P. 18.
5. Міщенко В.І., Шаповалов А.В., Юрчук Г.В. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг: Практик. посіб. – К.: “Знання”, КОО, 2003. – 278 с.
6. Zwass V. Electronic Commerce: Structures and Issues // International Journal of Electronic Commerce. – 1996. – Vol.1, №. 1, Fall. – P. 3-23 // www.gvsu.edu/ssd/ijec/v1n1/p003full.html
7. Типовой закон об электронной торговле Комиссии ООН по праву международной торговли // www.uncitral.org/uncitral/ru/uncitral_texts/electronic_commerce.html.
8. Європейська конвенція про захист прав людини і основоположних свобод // Офіційний вісник України. – 1998. – № 13 (16.04.98).
9. // www.e-com-libr.com.ua/resource.php?id=404&lan=rus.
10. Великомыслов Ю.Я., Равлик А.В. Пособие по защите Ваших прав в сети Интернет. // www.allpravo.ru/library/doc2044p0/instrum4935/item4937.html.
11. Директива Європейського Парламенту і Ради 2000/31/ЄС “Про деякі правові аспекти інформаційних суспільних послуг, зокрема електронної комерції на внутрішньому ринку” від 8 червня 2000 року // www.liga.net/zakon/ligazakon.html.
12. Официальный сайт Государственной Думы Российской Федерации. Законопроекты // www.duma.gov.ru/faces/lawsearch/search.jsp.
13. // www.rada.gov.ua:8080/pls/zweb/webproc4_1?id=&pf3511=14256.
14. Висновок Головного науково-експертного управління // www.rada.gov.ua:8080/pls/zweb/webproc4_1?id=&pf3511=14256.
15. Волокитин А.В., Маношкин А.П., Солдатенков А.В., Савченко С.А., Петров Ю.А., Лопаткин С.В. Электронная коммерция: Учеб.пособ.; Под общ. ред. Реймана Л.Д. – М.: НТЦ “ФИОРД-ИНФО”, 2002. – 272 с.
16. Филин С.А., Никольская Н.В. Электронный бизнес экономики информационного общества // Финансы и кредит. – 2006. – № 16 (220). – С. 60-71.
17. Електронна комерція: Навч. посібник / А.М. Береза, І.А. Козак, Ф.А. Шевченко та ін. – К.: КНЕУ, 2002. – 326 с.
18. Макарова М.В. Електронна комерція: Посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2002. – 272.
19. Танасюк П. Роздрібна Internet-торгівля в Україні: стан та перспективи розвитку // www.ise.kiev.ua/pubn.tanasuk_es.htm.
20. Электронная коммерция: Учеб.пособие; Под общ. ред. Л.А. Брагина. – М.: Экономистъ, 2005. – С. 14.
21. Ильичев С.К. Особенности налогообложения в сфере электронной коммерции. – М.: Маркет ДС, 2004. – С. 12.
22. Закон України “Про ліцензування певних видів господарської діяльності” від 1.06.2000 № 1775-III із змінами і доповненнями // www.liga.net.zakon.ligazakon.html.
23. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV // Офіційний вісник України. – 2003. – № 11 (28.03.2003). – С. 462.
24. Закон України “Про телекомунікації” від 18 листопада 2003 року № 1280-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 12 (19.03.2004). – С. 155.

~~~~~ \* \* \* ~~~~~