ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО ТА ПРОЦЕС

УДК 346.7 (477)

Боднарчук О. Г.,
доктор юридичних наук, доцент,
професор кафедри господарського права та процесу
Університету державної фіскальної служби України

Боднарчук О. І.,
кандидат юридичних наук,
старший викладач кафедри господарського права та процесу
Університету державної фіскальної служби України

ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛЯ В УКРАЇНІ: СУПЕРЕЧНОСТІ РОЗВИТКУ ТА НАПРЯМИ ГАРМОНІЗАЦІЇ

INTERNET COMMERCE IN UKRAINE: CONTRADICTIONS IN DEVELOPMENT AND TRENDS OF HARMONIZATION

Стаття присвячена питанню позитивних та негативних факторів розвитку інтернет-торгівлі в Україні. Розглянуто трактування термінів «торгівля», «торговельна діяльність» та «електронна торгівля». Визначено, що під час здійснення торговельної діяльності суб'єкти господарювання використовують електронну торгівлю як механізм для здійснення такої діяльності.

Ключові слова: *торгівля, торговельна діяльність, електронна торгівля, електронна комерція.*

Статья посвящена вопросу положительных и отрицательных факторов развития интернет-торговли в Украине. Рассмотрено трактование терминов «торговля», «торговая деятельность» и «электронная торговля». Определено, что при осуществлении торговой деятельности субъекты хозяйствования используют электронную торговлю как механизм для осуществления такой деятельности.

Ключевые слова: *торговля, торговая деятельность, электронная торговля, электронная коммерция.*

The article is devoted to the question of positive and negative factors of development of Internet commerce in Ukraine. Interpretation of the terms "trade", "trade activity" and "electronic commerce" is done. It was established, that when conducting business business entities use e-commerce as a mechanism for the implementation of such activities. The models of activity of enterprises engaged in Internet trade are considered. It is pointed out, that the main factor for the activity of enterprises is the completeness of information about the company, its openness and accessibility. The direction of harmonization of Internet commerce in Ukraine is eliminated.

Key words: *trade, trading, e-commerce.*

У часи розвитку інформаційних технологій та інновацій, виникає новий вид господарської діяльності – інтернет-торгівля.

Адже за останні роки в усьому світі все більшого поширення набувають методи ведення бізнесу в Інтернеті, зокрема інтернет-торгівля. Застосування Інтернету дозволяє швидко і з незначними витратами вивести і просувати продукцію на національний і міжнародні ринки. Торгівля через Інтернет дозволяє істотно знизити вартість продукції, оскільки відпадають потреби в утриманні торгових площ, придбанні торговельного обладнання, не потрібно утримувати торговий персонал тощо. Крім того, споживач у реальному масштабі часу може переглянути номенклатуру продукції, що реалізується, швидко знайти потрібний товар, з'ясувати його характеристики, ознайомитися з відгуками інших споживачів, обрати зручний спосіб і час доставки товару, провести платежі через Інтернет тощо [1, с. 72].

Натепер у сферах господарсько-торговельної діяльності відбувається значний розвиток електронної торгівлі, а саме збільшення інтернет-магазинів. У зв'язку з цим вивченням розвитку електронної торгівлі займалося багато науковців, але залишаються недостатньо досліджені питання позитивних та негативних наслідків інтернет-торгівлі як однієї із форм роздрібної торгівлі.

Загальнотеоретичні питання інтернет-торгівлі в Україні досліджувались такими вітчизняними вченими правознавцями, як Т.Г. Буй, Н.В. Дутова, В.А. Коноліцький, Т.В. Маланчук, С.В. Маловичко, С.В. Мочерний, В.О. Соболєв, М.І. Туган-Барановський тощо.

Проте в роботах зазначених науковців елементи та особливості інтернет-торгівлі як господарсько-торговельної діяльності розглядалися фрагментарно та недостатньо уваги приділялося визначенню недоліків та напрямів гармонізації у сфері роздрібної торгівлі, а саме інтернет-торгівлі, що свідчить про актуальність обраної теми.

Торгівля, виступаючи комерційним посередником між виробниками товарів та їх споживачами, займає провідну роль у розвитку споживчого ринку, адже основну масу матеріальних благ, що використовуються для особистих потреб, населення отримує саме через торговельні підприємства. Сут-

© О. Г. Боднарчук, О. І. Боднарчук, 2018

ність торговельної діяльності полягає в реалізації певних матеріальних цінностей з метою задоволення потреб споживачів та власних економічних [2, с. 56].

Для того, щоб визначити позитивні та негативні фактори інтернет-торгівлі доречно розглянути визначення поняття «торгівля».

С.В. Мочерний зазначає, що торгівля – галузь народного господарства, яка охоплює купівлю-продаж товарів і послуг, їх обмін, спрямований на обслуговування продавців і покупців, а також зберігання і підготовлення товарів для продажу [3, с. 376].

Н.В. Дутова пропонує своє визначення поняття «торгівля» як галузі економіки, що обслуговує рух матеріальних благ від виробника до споживача [4, с. 3].

В.А. Конопліцький розглядає торгівлю як «<...> сферу обігу товарів, в якій відбувається обмін продуктами праці і послугами; вид комерційної діяльності, за якої шляхом укладання договору або на основі усної угоди здійснюється купівля-продаж товарів; спеціалізовану галузь економіки, що формує свої доходи за рахунок діяльності з доведення товарів до споживачів» [5, с. 354].

М.І. Туган-Барановський визначив торгівлю як перепродаж господарських предметів без істотної їх зміни з метою отримання доходу (баришу) [6, с. 5].

Т.В Маланчук зазначає, що термін «торгівля» є саме тим універсальним терміном, який охоплює поняття «торговельна діяльність» і «торговельна операція», оскільки на практиці термін «торгівля» вживається для визначення як торговельної діяльності, так і торговельних операцій [7, с. 13].

Таким чином, із тверджень науковців можна дійти висновку, що автори по-різному трактують поняття «торгівля», оскільки відсутній єдиний підхід до тлумачення цього поняття, а також деякі автори застосовують поняття «торгівля» та «торговельна діяльність» як синоніми.

Однак у Розпорядженні Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні» [8] визначено електронну комерцію як форму торгівлі товарами й послугами за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, що включає всі фінансові та торгові транзакції, що проводяться за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, і бізнес-процеси, пов'язані із проведенням таких транзакцій.

Насамперед, для проведення транзакцій необхідна наявність певних елементів, які можуть бути схожими або відмінними в традиційній та електронній комерції. Передовсім, незалежно від того, чи є бізнес традиційним, чи існує онлайн, йому потрібно мати продукт чи послугу, які можна пропонувати клієнтам, а також місце розташування для ведення бізнесу. У традиційному бізнесі це може бути магазин або склад, в електронній комерції – веб-сайт. В обох різновидах комерції також значно відрізняються шляхи залучення клієнтів, способи прийому замовлень, платежів та доставки товару чи послуги до клієнта [9, с. 9].

Адже відповідно до Закону України «Про електронну комерцію» [10] електронна комерція – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру; електронна торгівля – господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

Науковці В.В. Царев та А.А. Кантарович трактують електронну торгівлю як «процес купівлі-продажу товарів та послуг, в якому весь цикл комерційної транзакції або її частина відбувається електронним способом» [11].

В.О. Соболєв наголошує, що «інтернет-торгівля – це організація і технологія процесу купівлі-продажу товарів, в якому весь цикл комерційної транзакції або її частина відбувається електронним способом із використанням телекомунікаційних мереж та електронних фінансово-економічних інструментів за допомогою реклами і розповсюдження товарів і послуг у мережі Інтернет» [12].

Тому під час здійснення торговельної діяльності суб'єкти господарювання можуть використовувати мережу Інтернет як механізм для здійснення такої діяльності. Адже завдяки інтернет-торгівлі можна купити будь-що і дешевше, ніж у магазинах.

На думку С.В. Маловичко, основою електронної торгівлі в Україні є електроніка та побутова техніка (майже 50% від усього обсягу електронного ринку), значне місце у її структурі також займають різноманітні послуги такі, як реклама, онлайн-ігри. Популярністю користується придбання через Інтернет книжок, косметики, парфумерії, одягу, товарів для дітей тощо [13, с. 74].

Незважаючи, що електронна торгівля в Україні є новою формою організації господарської діяльності, темпи його зростання є найбільш динамічними серед інших галузей. Найбільший відсоток продажів через Інтернет характеризує роздрібну торгівлю. Обсяг електронної торгівлі підприємств України зростає з кожним роком майже на 50% [13, с. 74].

Зокрема, на українському ринку інтернет-торгівлі представлені такі моделі діяльності підприємств:

– підприємства, для яких торгівля в Інтернеті є професійним бізнесом, мають у своїй структурі підрозділи, що забезпечують високу якість обслуговування клієнтів;

– мережі торговельних підприємств, що мають великий асортимент товарів і за рахунок надання послуг із доставки збільшують обсяги продажів;

– інтернет-магазини, що мають власний сайт, працюють як посередники між споживачем і традиційним роздрібним магазином та, як правило, не мають служби доставки;

– традиційні роздрібні магазини, що мають власний сайт, що виконує функції вітрини і є доповненням до основного бізнесу [14, с. 22].

Звідси головним фактором для діяльності підприємств є повнота інформації про підприємство, її відкритість та доступність.

Разом з тим, дослідники електронної торгівлі підприємств України виділяють кілька факторів впливу на її розвиток, а саме стримуючі (ризик шахрайства, тривалі терміни доставки деяких товарів, відсутність гарантій); нейтралізуючі (можливість залишати на сайті компанії коментарі, оперативність реагування, фото та відео використання продукції, що пропонується); стимулюючі (нижча ціна, економія часу, широкий асортимент); підсилюючі (акції, наявність повної інформації щодо функціонування магазину) [13, с. 75]. Також можна віднести економічні, політичні та соціальні фактори впливу.

С.В. Маловичко виділяє сильні та слабкі сторони інтернет-торгівлі. До сильних сторін можна додати такі: розвиток електронної торгівлі не має певних матеріальних обмежень та не потребує закріплення за певною територією; купівля-продаж через Інтернет значно скорочує час та фізичний рух суб'єктів ринку; електронна торгівля не має обмежень щодо часу – онлайн-транс може бути використаний у будь-якому місці, у будь-який час; швидкий обмін інформацією між постачальниками та споживачами; гнучка сегментація ринку – сегмент ринку може бути змінений підприємством за власним бажанням залежно від наявності необхідних ресурсів; доступність товарів та послуг. Електронна торгівля робить можливим придбання спеціалізованих або рідких товарів та послуг без значних зусиль для споживача. Для підприємства позитивним є той факт, що навіть, якщо його продукція орієнтована на незначний сегмент ринку, споживач за будь-яких умов перебуває у мережі [13, с. 75].

Слабкою стороною електронної торгівлі є безпечність. У зв'язку з тим, що нормативно-правове забезпечення електронної торгівлі в державі все ще розвивається, безпека стає значною проблемою як для продавця (особливо щодо цілісності процесу сплати товару), так і для споживача (велика кількість підроблених сайтів, випадки шахрайства тощо); відсутність безпосереднього фізичного зв'язку між споживачем та продавцем скорочує можливість отримання знижок; значні строки доставки товарів. Більшість підприємств електронної торгівлі України не мають власної логістичної інфраструктури і співпрацюють з підприємствами доставки, які не завжди враховують строки продавця. Вони надають свої послуги відповідно до власного графіка, і строк доставки у різних випадках складає від кількох днів до кількох тижнів; обмеженість реклами, бо в глобальній мережі не доступні інструменти масової пропаганди; неможливість вплинути на вибір споживача, що пов'язане із відсутністю безпосереднього фізичного контакту [13, с. 76].

Отже, із зазначеного вище можна зробити **висновок**, що Інтернет-торгівля – це новий вид господарсько-торговельної діяльності, який тільки починає розвиватися. Відтак, має позитивні та негативні фактори впливу. До позитивних відноситься: 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.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Ілляшенко С.С. Перспективи та основні проблеми розвитку інтернет-торгівлі в Україні / С. С. Ілляшенко, Т. Є. Іванова. Механізм регулювання економіки. 2014. № 3. С. 72–81.

2. Дроздова О.Г. Комісійна торгівля – специфічна форма торговельної діяльності. Вісник соціально-економічних досліджень. 2014. № 2(53). С. 56–60.

3. Мочерний С.В. Економічний енциклопедичний словник. Львів : Світ, 2005. 616 с.

4. Дутова Н.В. Понятие и правовое регулирование торговли. Закон. 2005. № 5. С. 3–5.

5. Конопліцький В.А. Економічний словник. Тлумачно-термінологічний. К.: КНТ, 2007. 580 с.

6. Кулишер И.М. Основные вопросы международной торговой политики. 5-е изд., стеретип. Челябинск : Социум, 2008. 479 с.

7. Маланчук Т.В. Співвідношення понять «торгівля» та «торговельна діяльність» у законодавстві України. Електронне фахове видання «Юридичний науковий електронний журнал». 2017. № 6. С. 134–136.

8. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.05.2013 № 386-р. URL: http://www.zakon2.rada.gov.ua/laws/ show/386-2013-р.

9. Буй Т.Г. Розвиток електронної комерції як інструмент підвищення конкурентоспроможності українських компаній / Т.Г. Буй, І.Я. Гаврилів. Наукові записки. 2015. Том 172. С. 8 –14. Серія «Економічні науки».

10. Про електронну комерцію : Закон України : від 03.09.2015 № 675-VIII. URL: http://www.zakon3.rada.gov.ua/laws/ show/675-19.

11. Царев В.В. Электронная коммерция: учебник для вузов / В.В. Царев, А.А. Кантарович. Спб. : Питер, 2002. 320 с.

12. Соболєв В.О. Сутність основних понять інтернет-торгівлі. URL: http://www.rusnauka.com/15_DNI_2008/ Economics/33645.doc.htm].

13. Маловичко С.В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України. Проблеми економіки. 2015. № 2. С. 71–77.

14. Дубовик Т. Інтернет-торгівля в Україні. Вісник КНТЕУ «Підприємництво». 2013. № 1. С. 20–28.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА

ЮРИДИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЮРИСПРУДЕНЦІЇ

Науковий збірник

Випуск 1

2018

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор:

Соколенко Ольга Леонідівна *– доктор юридичних наук, професор*

Заступник головного редактора:

Корнякова Тетяна Всеволодівна *– доктор юридичних наук, доцент*

Відповідальний секретар:

Сачко Олександр Васильович *– кандидат юридичних наук*

Члени редакційної колегії:

Алексєєнко Ігор Григорович *– доктор політичних наук, кандидат юридичних наук, доцент*
Биргеу Михайло Михайлович *– доктор юридичних наук, професор (Республіка Молдова)*
Богатирьов Іван Григорович *– доктор юридичних наук, професор*
Богатирьова Ольга Іванівна *– доктор юридичних наук, професор*
Бондаренко Наталія Леонідівна *– доктор юридичних наук, професор (Республіка Білорусь)*
Вишня Володимир Борисович *– доктор технічних наук, професор*
Гошовський Володимир Сергійович *– доктор юридичних наук*
Грабильніков Анатолій Васильович *– кандидат юридичних наук, доцент*
Ємельянов Володимир Павлович *– доктор юридичних наук, професор*
Калашников Віктор Михайлович *– доктор історичних наук, кандидат юридичних наук, професор*
Кулієв Ібрагим Орудж огли *– доктор юридичних наук, професор (Азербайджанська Республіка)*
Марков Карло Анатолійович *– доктор історичних наук, професор*
Мінченко Сергій Іванович *– доктор юридичних наук, старший науковий співробітник*
Мудриєвська Людмила Михайлівна *– кандидат юридичних наук, кандидат філософських наук, доцент*
Негодченко Олександр Володимирович *– доктор юридичних наук, професор*
Патерило Ірина Володимирівна *– доктор юридичних наук, доцент*
Приймаченко Дмитро Володимирович *– доктор юридичних наук, професор*
Пушкіна Олена Вікторівна *– доктор юридичних наук, професор*
Тертишник Володимир Митрофанович *– доктор юридичних наук, професор*
Уваров Володимир Генадійович *– доктор юридичних наук, доцент*
Халімон Сергій Іванович *– доктор юридичних наук, професор*
Чабаненко Микола Миколайович *– доктор юридичних наук, доцент*
Чукаєва Вероніка Олександрівна *– кандидат історичних наук, доцент*
Шуба Борис Володимирович *– доктор юридичних наук*
Юзікова Наталія Семенівна *– доктор юридичних наук, доцент*

Науковий збірник містить статті, що висвітлюють питання з різних галузей права. Видання розраховане на викладачів юридичних факультетів вищих навчальних закладів, а також осіб, які цікавляться питаннями розвитку юридичної науки в Україні.

Зміст наукових праць не завжди збігається з точкою зору редакційної колегії.

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet рішенням вченої ради Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
(Протокол № 10 від 29.03.2018 р.)

Офіційний сайт: *apnl.dnu.in.ua*

Засновник: Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Науковий збірник «Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції» є фаховим виданням на підставі Наказу МОН України від 21 грудня 2015 року № 1328 (додаток № 8)

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus International (Республіка Польща)

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації – серія КВ № 23163-13003ПР
від 05.01.2018 р. видане Міністерством юстиції України

ISSN 2408-9257

© Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, 2018