ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ

100

ТОРГОВЕ ПРАВО

TRADE LAW



ТОРГОВЕ ПРАВО TRADE LAW

УНІВЕРСИТЕТ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ

СЕРІЯ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ»
Заснована 2015 року і є продовженням започаткованої 2001 року
серії «Митна справа в Україні»

ТОРГОВЕ ПРАВО

TRADE LAW

Навчальний посібник

За редакцією
Н. В. Никитченко

Ірпінь
2021

УДК 347.7(075.8)
ББК 67.304.91я73
Т60

Рекомендовано до друку Вченою радою
Університету державної фіскальної служби України
(протокол № 5 від 26 квітня 2021 року)

Рецензенти:
Заросило В. О., д.ю.н, доцент, завідувач кафедри публічного і приватного права факультету права та міжнародних відносин Київського університету імені Бориса Грінченка;
Чеховська І. В., д.ю.н., професор, завідувач кафедри цивільного права та процесу Навчально-наукового інституту права Університету державної фіскальної служби України.

Авторський колектив:
Никитченко Н. В., д.ю.н., професор (передмова, тема 2 [у співавт. з *Крикуном В. Б.*], тема 4); ***Крикун В. Б.,*** д.ю.н. (тема 2 [у співавт. з *Никитченко Н. В.*]); ***Боднарчук О. Г.,*** д.ю.н., професор (тема 8); ***Боднарчук О. І.,*** к.ю.н., доцент (тема 5); ***Минюк О. Ю.,*** к.ю.н., доцент (тема 1); ***Починок К. Б.,*** к.ю.н., доцент (тема 6); ***Онишко О. В.,*** к.ю.н., доцент (тема 7); ***Роженюк О. О.,*** старший викладач (тема 3).

Т60 **Торгове право ≈ Trade law** : навчальн. посібник / Н. В. Никитченко, В. Б. Крикун, О. Г. Боднарчук та ін. ; за заг. ред. д.ю.н., професора Н. В. Никитченко. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2021. – 434 с. – (Серія «Податкова та митна справа в Україні» ; т. 172).
ISBN 978-966-337-639-4

Навчальний посібник призначений для оволодіння здобувачами вищої освіти базовими категоріями навчальної дисципліни «Торгове право».
Рекомендовано для здобувачів та викладачів закладів вищої освіти.

УДК 347.7(075.8)
ББК 67.304.91я73

© Никитченко Н. В., Крикун В. Б.,
Боднарчук О. Г. та ін., 2021
© Університет ДФС України, 2021

ISBN 978-966-337-639-4

ЗМІСТ / CONTENT

ПЕРЕДМОВА 8

PREFACE 10

ТЕМА 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ПРО ТОРГОВЕ ПРАВО 12

1.1. Торгове право як інститут господарського права 12

1.2. Поняття та форми господарсько-торговельної діяльності 14

1.3. Класифікація учасників господарсько-торговельної діяльності 18

1.4. Види відповідальності у торговому праві 21

Питання для самоконтролю 35

ТЕМА 2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ АУКЦІОННОЇ ТОРГІВЛІ 36

2.1. Поняття аукціонної торгівлі та її організаційно-правові форми 36

2.2. Правовий статус учасників аукціонної торгівлі 44

2.3. Нормативно-правове забезпечення аукціонної торгівлі 52

2.4. Господарські договірні відносини у сфері аукціонної торгівлі 56

Питання для самоконтролю 61

ТЕМА 3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 62

3.1. Поняття реклами та її види 62

3.2. Правовий статус учасників рекламних правовідносин 66

3.3. Нормативно-правове забезпечення рекламної діяльності 69

3.4. Господарсько-договірні відносини у сфері реклами 73

Питання для самоконтролю 81

ТЕМА 4. КОНТРОЛЬ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ 83
4.1. Основні засади здійснення державного контролю (нагляду) у сфері торгівлі 83
4.2. Державний ветеринарно-санітарний контроль 92
4.3. Правовий статус органів державного ринкового нагляду 99
4.5. Поняття та види метрологічного нагляду 108
Питання для самоконтролю 110

ТЕМА 5. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ 112
5.1. Поняття, ознаки, функції оптової торгівлі 112
5.2. Правовий статус учасників оптової торгівлі 116
5.3. Нормативно-правове забезпечення у сфері оптової торгівлі 122
5.4. Господарсько-договірні відносини у сфері оптової торгівлі 126
Питання для самоконтролю 133

ТЕМА 6. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ 134
6.1. Поняття, ознаки та функції роздрібної торгівлі 134
6.2. Правовий статус учасників роздрібної торгівлі 137
6.3. Нормативно-правове забезпечення у сфері роздрібної торгівлі 143
6.4. Господарсько-договірні відносини у сфері роздрібної торгівлі 154
Питання для самоконтролю 160

ТЕМА 7. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ 161
7.1. Поняття та види електронної торгівлі 161
7.2. Правовий статус учасників електронної торгівлі 169
7.3. Нормативно-правове забезпечення електронної торгівлі 176
7.4. Господарсько-договірні відносини у сфері електронної торгівлі 180

Питання для самоконтролю 184

ТЕМА 8. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ 186

8.1. Поняття зовнішньої торгівлі та її організаційна структура 186

8.2. Правовий статус учасників зовнішньої торгівлі 188

8.3. Види і механізми державного регулювання зовнішньої торгівлі 190

8.4. Структура і зміст міжнародного договору (контракту) купівлі-продажу. Правила Інкотермс-2020 для міжнародної купівлі-продажу товарів 208

Питання для самоконтролю 216

TOPIC 1. GENERAL PROVISIONS ON COMMERCIAL LAW 218

1.1. Commercial law as an institution of economic law 218

1.2. The concept and forms of economic and trade activities 219

1.3. Classification of participants in economic and trade activities 223

1.4. Types of liability in commercial law 225

Discussion Questions: Self-Control 238

TOPIC 2. LEGAL REGULATION OF AUCTION TRADE 239

2.1. The concept of auction trade and its organizational and legal forms 239

2.2. Legal status of auction participants 245

2.3. Regulatory and legal support of auction trade 252

2.4. Economic contractual relations in the field of auction trade 256

Discussion Questions: Self-Control 260

TOPIC 3. LEGAL REGULATION OF ADVERTISING ACTIVITY 261

3.1. The concept of advertising and its types 261

3.2. Legal status of participants in advertising relationships 264
3.3. Regulatory and legal support of advertising 267
3.4. Economic and contractual relations in the field of advertising.....270
Discussion Questions: Self-Control 278

TOPIC 4. CONTROL IN THE FIELD OF TRADE 279
4.1. Basic principles of state control (supervision) in the field of trade.....279
4.2. State veterinary-sanitary control.....285
4.3. Legal status of state market surveillance authorities.....290
4.5. Concepts and types of metrological supervision.....298
Discussion Questions: Self-Control 300

TOPIC 5. LEGAL REGULATION OF WHOLESALE TRADE.....301
5.1. The concept, characteristics, functions of wholesale trade 301
5.2. Legal status of wholesale trade participants.....304
5.3. Regulatory and legal support in the field of wholesale trade.....309
5.4. Economic and contractual relations in the field of wholesale trade.....312
Discussion Questions: Self-Control 318

TOPIC 6. RETAIL INDUSTRY TRADE REGULATION 319
6.1. Concepts, signals and functions of retail trade.....319
6.2. Legal status of retail participants.....322
6.3. Regulatory and legal support in the field of retail trade 326
6.4. Economic and contractual relations in the field of retail trade 335
Discussion Questions: Self-Control 340

TOPIC 7. LEGAL REGULATIONS OF E-COMMERCE 341
7.1. The concepts and types of e-commerce 341

7.2. Legal status of e-commerce participants 347
7.3. Regulatory and legal support of e-commerce 353
7.4. Economic and contractual relations in the field of electronic commerce 356
Discussion Questions: Self-Control 359

TOPIC 8. LEGAL REGULATION OF FOREIGN TRADE 360
8.1. The concept of foreign trade and its organizational structure 360
8.2. Legal status of foreign trade participants 361
8.3. Types and mechanisms of state regulation of foreign trade 363
8.4. The structure and content of the international agreement (contract) of sale. Incoterms 2020 rules for international trade 378
Discussion Questions: Self-Control 385

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ 386

REFERENCE 411

ПЕРЕДМОВА

Торгівля є однією із базових складових економіки, роль якої складно переоцінити. Завдяки торгівлі відбувається розвиток економіки, дотримується баланс між виробництвом та споживанням, а активне населення України забезпечується робочими місцями. Звичайно ж торговельні відносини повинні мати якісне правове регулювання, адже від цього залежить якість життя людини, дотримання її прав та свобод. Саме такими проблемами переймається торгове право.

Торгове право має багатовікову історію. Відомий дослідник торгового права Г. Ф. Шершеневич на початку XX століття виділив три періоди розвитку торгового права.

Перший період – італійський (XI–XIV стст.). Італія стала центром середземноморської торгівлі; відповідно, ведення торговельної діяльності вимагало чітких правил, які формувалися в рамках торгових звичаїв.

Другий період – французький (XV–XVIII стст.). У результаті посилення королівської влади, зростання міжміської торгівлі і створення ярмаркових судів (Cours des foires), що складалися з осіб, які спеціально призначалися радою короля, та у зв'язку з поширенням впливу торгівлі на всі аспекти суспільного життя виникла потреба у державному визнанні торгових звичаїв та закріплення їх у в перших кодифікаціях торгового права.

Третій період – німецький (середина XIX – початку XX століття). Цей період пов'язаний з переміщенням економічного центру Європи до Німеччини.

Четвертий період (виділений уже професором О. О. Чувпило) – сучасний, що характеризується перетворенням торгового права в господарське.

Сьогодні правова основа регулювання господарсько-торговельної діяльності (далі – торговельної діяльності) сформована, проте вона не завжди відповідає вимогам господарської практики. Причиною такої ситуації є стрімкий темп розвитку

таких відносин, у результаті чого економіка випереджає право. У таких випадках стає в пригоді доктрина права, торгові звичаї та судова практика.

До уваги читача запропоновано навчальний посібник, у якому у стислій та доступній для сприйняття формі подано базові правові знання з питань організації та здійснення торговельної діяльності, особливості правового регулювання окремих інститутів торгового права та практику врегулювання господарських спорів. Автори прагнули не тільки дати уявлення про чинне законодавство у сфері торгівлі, а й якомога глибше висвітлити сутність інститутів торгового права, деталізувати проблеми, з якими стикаються суб'єкти господарювання.

Навчальний посібник складений відповідно до програми навчальної дисципліни «Торгове право», містить вступ, загальну та особливу частину та складається з 8 тем. Викладений теоретичний матеріал, рекомендовані джерела, питання для самоконтролю сприятимуть засвоєнню основних дефініцій та положень торгового права.

Навчальний посібник «Торгове право», представлений українською та англійською мовами, дозволяє читачу комфортно зануритися у багатомовне середовище та отримати освіту на іноземній мові, не втрачаючи зв'язку з рідною мовою.

Видання може бути рекомендоване здобувачам вищої освіти, аспірантам, викладачам ЗВО, а також усім, хто цікавиться питаннями правового регулювання торговельних відносин та білінгвальним навчанням.

Авторський колектив

PREFACE

Trade is one of the basic components of the economics and its role is difficult to overestimate. Due to trade, the economics develops, the balance between production and consumption is maintained, and the active population of Ukraine is provided with jobs. Trade relations must have high-quality legal regulation, because it depends on the quality of human life, respect for human rights and freedoms. These issues commercial law is concerned about.

Commercial law has a long history. A well-known researcher of commercial law H. F. Shershenevych identified three periods of the development of commercial law in the early twentieth century:

The first period – Italian (XI–XIV centuries, Italy became a center of Mediterranean trade, respectively, conducting trade activities required clear rules, which began to be formed within the framework of trade customs.

The second period – French (XV–XVIII centuries). As a result of the strengthening of royal power, the growth of long-distance trade and the creation of fair courts (Cours des foires), consisting of persons specially appointed by the king's council, and in connection with the spread of trade to all aspects of public life there was a need for state recognition of trade customs and enshrining them in the first codifications of commercial law.

The third period – German (mid- XIX – early XX century). This period is associated with the relocation of the economic center of Europe to Germany.

The fourth period, highlighted by professor O. O. Chuvpylo, is modern period, characterized by the transformation of commercial law into business law.

Currently, the legal basis for the regulation of economic and trade activities (hereinafter – trade activities) is formed, but it does not always meet the requirements of economic practice. The reason for this situation is the rapid development of these relations, as a result of which the economics is ahead of the law. In such cases, the legal doctrine, commercial customs and case law come to the rescue.

The reader is offered a manual, which in a concise and accessible form provides basic legal knowledge on the organization and implementation of trade activities, the features of legal regulation of

individual institutions of commercial law and the practice of settling commercial disputes. The authors sought not only to give an idea of the current legislation in the field of trade, but also to cover as deeply as possible the essence of the institutions of commercial law, to detail the problems faced by businesses.

The textbook is compiled according to the curriculum of the discipline "Commercial Law". It contains an introduction, general and special part and consists of 8 topics. The presented theoretical material, recommended literature, discussion questions: self-control will promote mastering of the basic definitions and provisions of the commercial law.

The textbook "Commercial Law" is presented in Ukrainian and English, allows the reader to comfortably immerse themselves in a multilingual environment and get an education in a foreign language without losing touch with a native language.

The textbook can be recommended to applicants for higher education, graduate students, teachers, as well as anyone interested in the legal regulation of trade relations and bilingual education.

Team of authors

ТЕМА 1
ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ПРО ТОРГОВЕ ПРАВО

1.1. Торгове право як інститут господарського права

Рівень торгівлі є своєрідним дзеркалом, де відображається рівень розвитку економічних відносин у суспільстві. Саме торгівля забезпечує ефективний зв'язок виробництва та споживання, що зі свого боку має значний вплив на розвиток національної економіки в цілому.

Одним із найпоширеніших видів господарської діяльності, що охоплює складну систему економічних відносин, є торгове право, яке регулює діяльність, пов'язану з виробництвом та продажем товарів виробничого та побутового призначення, а саме господарсько-торговельну та пов'язані з нею відносини у сфері товарного обігу.

Розглядаючи торгове право як інститут господарського права, варто зауважити, що відомий дослідник торгового (комерційного) права Г. Ф. Шершеневич ще на початку XX століття відмітив важливу законодавчу тенденцію у даній галузі суспільних відносин: «Торгове право, народившись у сфері торгової промисловості, захопило всю переробну і готується зайняти видобувну промисловість. Торговий оборот все більше наближається до злиття з економічним оборотом». У зв'язку з ускладненням економічного життя, комерційне (торгове) право переросло рамки торгівлі і наситилося багатьма нововведеннями міських устроїв, промисловості і фінансів, державних регуляторів, зумовивши сучасний вид господарського права.

Г. Ф. Шершеневич виділив три періоди у становленні і розвитку торгового (комерційного) права: італійський, французький і німецький. Сучасними вченими, зокрема професором О. О. Чувпило, виділено четвертий такий етап – сучасний, що

характеризується перетворенням торгового права в господарське право.

Торгове право є підгалуззю господарського (підприємницького) права, регулюється нормами господарського права та регламентує правовий статус суб'єктів торговельної діяльності, порядок регулювання відносин між цими суб'єктами та органами державної влади щодо порядку здійснення торговельної діяльності, особливостей укладання та виконання торговельних договорів, застосування форм господарсько-правової відповідальності за порушення норм торгового законодавства, накладення розгляду торгових спорів у господарських судах.

Питанням правової регламентації торговельної діяльності як інституту господарського права присвячено низку нормативно-правових актів, що регулюють здійснення торговельної діяльності в України, серед них:

– гл. 30 ГК України, зокрема: щодо поставки – стст. 264–271, контрактації сільськогосподарської продукції – стст. 272–274, енергопостачання – стст. 275–276;

– ЦК України (щодо купівлі продажу – стст. 655–697, поставки – ст. 712, контрактації сільськогосподарської продукції – ст. 713, постачання енергетичними та іншими ресурсами через приєднану мережу – ст. 714, міни – стст. 715–716);

– законами України («Про захист прав споживачів», «Про споживчу кооперацію», «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності», «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення», «Про лікарські засоби», «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини», «Про трубопровідний транспорт», «Про ринок електричної енергії», «Про нафту і газ» та ін.

Детально загальні правила здійснення торговельної діяльності регулює підзаконний нормативно-правовий акт «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих

товарів», затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 № 833 у редакції від 18.04.2013. Порядок та правила визначають загальні умови провадження торговельної діяльності суб'єктами оптової торгівлі, роздрібної торгівлі, закладами ресторанного господарства, основні вимоги до торговельної мережі, мережі закладів ресторанного господарства і торговельного обслуговування споживачів (покупців), які придбавають товари у підприємств, установ та організацій незалежно від організаційно-правової форми і форми власності, фізичних осіб-підприємців та іноземних юридичних осіб, що провадять підприємницьку діяльність на території України. Торговельна діяльність може здійснюватися у сферах роздрібної та оптової торгівлі, а також у торгово-виробничій (громадське харчування) сфері.

1.2. Поняття та форми господарсько-торговельної діяльності

Одним з найпоширеніших видів господарської діяльності є торговельна, яка пов'язана із виробництвом та продажем товарів.

Згідно з Національним стандартом України ДСТУ 4303:2004 «Роздрібна та оптова торгівля» торговельна діяльність – це ініціативна, систематична, виконувана на власний ризик для одержання прибутку діяльність юридичних і фізичних осіб щодо купівлі та продажу товарів кінцевим споживачам, або посередницькі операції або діяльність з надавання агентських, представницьких, комісійних та інших послуг у просуванні товарів від виробника до споживача.

Відповідно до ст. 263 ГК України господарсько-торговельною є 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 (ст. 263 ГК України).

Відповідно до цього визначення можна виділити основні ознаки господарсько-торговельної діяльності:

– учасниками такої діяльності є виключно суб'єкти господарювання (ст. 55);

– здійснюється така діяльність у сфері товарного обігу і спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання (ст. 262);

– до господарсько-торговельної діяльності входить також допоміжна діяльність, яка забезпечує реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання шляхом надання відповідних послуг (наприклад, надання послуг з перевезення, зберігання тощо).

Залежно від ринку (внутрішнього чи зовнішнього), в межах якого здійснюється товарний обіг, господарсько-торговельна діяльність виступає як внутрішня торгівля або зовнішня.

Правові форми здійснення торговельної діяльності більш повно розкриваються через класифікацію торгівлі (торговельної діяльності). Критерієм для такої класифікації можна вважати закріплений у законодавстві принцип поділу будь-якої господарської діяльності на підприємницьку (комерційну) та непідприємницьку (некомерційну) (ч. 2 ст. 3 ГК України).

Вирішення питання про можливість віднесення будь-якої господарської діяльності до підприємницької, у тому числі і діяльності, пов'язаної з продажем товарів, полягає у з'ясуванні, чи є у такої діяльності ознаки підприємництва. Ознаки підприємництва містяться у його визначенні, що подано у ст. 42 ГК України. Згідно з цією нормою підприємницьку торговельну діяльність можна визначити як самостійну, ініціативну, систематичну, на власний ризик господарську діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Отже, підприємницька торговельна діяльність характеризується такою групою ознак:

1) самостійність, ініціативність та здійснення на власний ризик.

Торговельна діяльність завжди виконується за власною ініціативою тієї особи, яка бажає нею займатися, несучи при цьому відповідальність, як правило, за те майно, що залучено до цієї діяльності;

2) системність.

Господарсько-торговельна діяльність може здійснюватися суб'єктами господарювання у таких формах:

– матеріально-технічне постачання і збут;

– енергопостачання;

– заготівля;

– оптова торгівля;

– роздрібна торгівля і громадське харчування;

– продаж і передача в оренду засобів виробництва;

– комерційне посередництво у здійсненні торговельної діяльності;

– інша допоміжна діяльність із забезпечення реалізації товарів (послуг) у сфері обігу.

Зміст і порядок здійснення зазначених форм господарсько-торговельної діяльності встановлюють подальші статті гл. 30 ГК України.

Варто також зауважити, що господарсько-торговельна діяльність має певні особливості щодо свого здійснення, які полягають у такому:

– відсутність виробничої стадії, під час виконання якої ресурси на вході (сировина та матеріали) перетворюються в готову продукцію;

– невеликі розміри необхідного капіталу, що спрощує доступ до фінансування та призводить до широкого використання різноманітних інструментів кредитування (банківського та комерційного);

– надаючи послуги з організації товароруху, торговельні підприємці налагоджують та підтримують зв'язки з безліччю партнерів (серед яких найбільш значущими є постачальники та покупці);

– торгівля є однією з найменш регульованих сфер підприємницької діяльності, у якій втручання держави обмежується загальним регулюванням підприємницької діяльності (відкриття бізнесу, його ліквідація, отримання дозволів, ліцензій тощо), податковим і трудовим законодавством;

– відносно низька інноваційність, що проявляється через ігнорування підприємцями інновацій, або використання інновацій, розроблених у інших сферах підприємницької діяльності (із сфери інформаційних технологій або у формі перейняття зарубіжного досвіду);

– найбільш чутлива до попиту сфера економічної діяльності, оскільки виступає кінцевою ланкою товароруху.

Залежно від форми здійснення господарсько-торговельної діяльності вона опосередковується господарськими договорами, примірний перелік яких містить ч. 4 ст. 263 ГК України. Це господарські договори поставки, контрактації сільськогосподарської продукції, енергопостачання, купівлі-продажу, оренди, міни (бартеру), лізингу та інші договори. Всі вони належать до договорів, покликаних забезпечити законний оплатний перехід права власності на майно (товар), та характеризуються двосторонністю (іноді багатосторонністю) оплатністю, компенсуальністю при загальній меті – передачі майна у власність. Це стосується і договорів, що укладаються в електронній формі (стст. 207, 639 ЦК України).

У торгівлі, як сфері товарного обороту, виконується великий комплекс різних процесів і операцій. За характером функцій, які виконуються у сфері товарного обертання, процеси і операції, що здійснюються, можна поділити на два види: технологічні та комерційні (суто торговельні).

Технологічні процеси пов’язані з рухом товарів та є продовженням процесу виробництва у сфері обертання (транспортування, зберігання, пакування, фасування, підсортування). Ці процеси відображають механізм управління матеріальним потоком вантажів із включенням виробничо-технологічних операцій,

що супроводжують організацію просування товарів від виробника до кінцевого споживача.

Комерційні процеси – це процеси, пов'язані зі зміною форм вартості, тобто з купівлею та продажем товарів. До комерційних відносять також торговельні процеси, які забезпечують нормальне функціонування торгового механізму, зокрема організацію ринкових досліджень, оцінку інфраструктури основних конкурентів, встановлення партнерських зв'язків та ін.

Крім цих головних процесів, що виконуються у сфері торгівлі, важливими є також виконання додаткових торговельних та експлуатаційних послуг, які останнім часом домінують при врахуванні інтересів клієнтів у процесі купівлі-продажу (доставка товарів додому, установка куплених технічно складних товарів вдома у покупців, прийом замовлень та ін.). Послуги передпродажного, продажного та післяпродажного сервісу – невід'ємні елементи в отриманні комерційного успіху підприємства[1].

1.3. Класифікація учасників господарсько-торговельної діяльності

Відповідно до ст. 263 ГК України господарсько-торговельна діяльність здійснюється суб'єктами господарювання.

Суб'єктами господарювання, згідно зі ст. 55 ГК України, визнаються учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством.

Суб'єктний склад сфери торгівлі різноманітний і складний. Будучи відкритою системою, ця сфера легкодоступна для багатьох

[1] Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник / Н. Л. Савицька, І. Ю. Мелушова, А. В. Красноусов, К. С. Олініченко. Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2017. 214 с.

видів суб'єктів господарювання незалежно від організаційно-правового статусу, форми власності або відомчої належності. На відміну від інших систем, тут можуть функціонувати як юридичні, так і фізичні особи.

Класифікацію суб'єктів торговельної діяльності проводять з різних підстав. Так, за правовою формою здійснення торговельної діяльності відповідні суб'єкти представлені індивідуальними підприємцями і юридичними особами.

За формою власності, на основі якої створюється суб'єкт торговельної діяльності, варто зазначити про існування суб'єктів, заснованих на приватній та публічній формах власності.

Суб'єкти торговельної діяльності можна класифікувати за здійснюваними ними функціями. Зокрема, виділяють виготовлювачів, що реалізують свою продукцію як безпосередньо, так і шляхом створення ними збутових структур, а саме спеціалізовані оптові та посередницькі організації, суб'єктів, що сприяють організації торговельного обороту.

Господарюючих суб'єктів, що здійснюють торговельну діяльність, можна класифікувати:

– за видом торговельної діяльності (суб'єкти, що здійснюють роздрібну або оптову торгівлю);

– за формою торгівлі (суб'єкти, що здійснюють торговельну діяльність у стаціонарних торговельних об'єктах, поза стаціонарними торгових об'єктів, у тому числі на ярмарках, виставках, розвозну, розносну торгівлю, що використовують дистанційний спосіб продажу товарів, які здійснюють продаж товарів з використанням автоматів);

– за способом торгівлі (суб'єкти, які використовують торговельні об'єкти і здійснюють торговельну діяльність без використання торгових об'єктів);

– залежно від спеціалізації (суб'єкти, що спеціалізуються на окремих групах товарів, і універсальні суб'єкти)[2] .

[2] Організація торгівлі: підручник / В. В. Апопій, І. П. Міщук, В. М. Робицький, С. І. Рудницький, Ю. М. Хомяк; за редакцією В. В. Апопія. 3-тє вид. К.: Центр учбової літератури, 2009. 632 с.

Торгівлю здійснюють підприємства (фірми), що спеціалізуються на продажу або перепродажу товарів з метою отримання прибутку. Такий вид діяльності називається комерційним. Тому підприємницькі структури, що займаються торгівлею і торгово-посередницькою діяльністю, називають комерційними структурами. Проте комерційною діяльністю сьогодні займаються не тільки спеціалізовані підприємства. Цей вид діяльності певною мірою притаманний усім підприємницьким структурам незалежно від форм власності, до яких вони належать.

Спеціальними суб'єктами торговельної діяльності є суб'єкти, які здійснюють підприємницьку діяльність, пов'язану з придбанням та продажем товарів у двох і більше будівлях або частинах будинків, споруд, оснащених спеціальним устаткуванням, призначеним і використовуваним для викладки, демонстрації товарів, які знаходяться під загальним управлінням або використовуються під єдиним комерційним призначенням або іншим засобом індивідуалізації.

Серед суб'єктів торговельної діяльності особливе місце належить тим, що сприяють організації торговельного обороту. До них насамперед відносять товарні біржі.

Відповідно до Закону України «Про товарну біржу» товарна біржа є організацією, що об'єднує юридичних і фізичних осіб, які здійснюють виробничу і комерційну діяльність, і має за мету надання послуг в укладенні біржових угод, виявлення товарних цін, попиту і пропозицій на товари, вивчення, упорядкування і полегшення товарообігу і пов'язаних з ним торговельних операцій.

Правові умови здійснення підприємницької діяльності в галузі торгівлі, встановлені державою, вимагають державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності. Така реєстрація підтверджує визнання державою законності входження суб'єкта у сферу підприємництва. Суб'єкти торговельної діяльності можуть створюватися в будь-яких організаційно-правових формах господарювання усіх форм власності в межах законодавства України.

1.4. Види відповідальності у торговому праві

Для суб'єктів, які здійснюють оптову (гуртову) та роздрібну торгівлі, чинним законодавством України встановлено правила, вимоги та норми, дотримання яких є обов'язковим і за порушення яких передбачено різні види відповідальності, а саме:

– фінансова (накладення фінансових санкцій, відповідно до ст. 23 Закону України «Про захист прав споживачів», застосовується до підприємств і підприємців);

– адміністративна (застосовується до посадових осіб підприємств, підприємців, найманих працівників, гл. 12, стст. 155–166-27 КУпАП);

– кримінальна (застосовується до посадових осіб підприємства і підприємців, ст.2 04, ст. 227 КК України);

– господарсько-правова (накладення господарських санкцій. Загальні засади відповідальності учасників господарських відносин викладено у гл.24, стст. 216–223 ГК України).

Розглянемо фінансову відповідальність, встановлену за порушення вимог, передбачених Законом України «Про захист прав споживачів» від 12.05.91 № 1023-XII щодо відносин між споживачами і роздрібними продавцями товарів.

Таблиця 1

Фінансова відповідальність суб'єктів господарської діяльності за порушення прав споживачів

№ з/п	Зміст порушення	Санкція
1	2	3
1.	Відмова споживачу в реалізації його прав, на пропорційне зменшення ціни, безплатне усунення недоліків товару в розумний строк, відшкодування витрат на усунення недоліків товару, на які він має право в разі виявлення недоліків товару протягом гарантійного строку	у десятикратному розмірі вартості продукції з огляду на ціни, що діяли на час придбання цієї продукції, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (далі – НМДГ), (85 грн)

Продовження таблиці 1

1	2	3
2.	Виготовлення або реалізація продукції, що не відповідає вимогам нормативно-правових актів стосовно безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів і навколишнього природного середовища	300 % вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше 25 НМДГ (425 грн)
	За вищезазначені дії у разі, коли, відповідно до закону, суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язковий облік доходів і витрат	50 % НМДГ (850 грн)
3.	За реалізацію продукції, забороненої відповідним державним органом для виготовлення та реалізації (виконання, надання)	500 % вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше 100 НМДГ (1 700 грн)
	У разі, коли, відповідно до закону, суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язковий облік доходів і витрат	100 НМДГ (1 700 грн)
4.	За реалізацію небезпечного товару (отрути, пестицидів, вибухо- і вогненебезпечних речовин тощо) без належного попереджувального маркування, а також без інформації про правила і умови безпечного його використання	100 % вартості одержаної для реалізації партії товару, але не менше 20 НМДГ (340 грн)
	У разі, коли, відповідно до закону, суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язковий облік доходів і витрат	20 НМДГ (340 грн)
5.	За відсутність необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію або продавця (у випадках, визначених Законом України «Про електронну комерцію»)	30 % вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше 5 НМДГ (85 грн)
	У разі, коли, відповідно до закону, суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язковий облік доходів і витрат	5 НМДГ (85 грн)

Продовження таблиці 1

1	2	3
6.	За створення перешкод службовим особам центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, та структурного підрозділу з питань захисту прав споживачів органу місцевого самоврядування у проведенні перевірки якості продукції, а також правил торговельного та інших видів обслуговування	у розмірі від 1 % до 10 % вартості реалізованої продукції за попередній календарний місяць, але не менше 10 НМДГ(170 грн)
	У разі, коли, відповідно до закону, суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язковий облік доходів і витрат	10 НМДГ (170 грн)
7.	За невиконання або несвоєчасне виконання припису посадових осіб центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за дотриманням законодавства про захист прав споживачів, про усунення порушень прав споживачів	20 НМДГ (340 грн)
8.	За реалізацію товару, строк придатності якого минув	200 % вартості залишку одержаної для реалізації партії товару, але не менше 5 НМДГ (85 грн)
9.	За порушення умов договору між споживачем і виконавцем про виконання роботи, надання послуги За ті самі дії, вчинені щодо групи споживачів	100 % вартості виконаної роботи (наданої послуги) від 1 до 10 % вартості виконаних робіт (наданих послуг) за попередній календарний місяць, але не менше 5 НМДГ
10.	За обмеження або відмову в реалізації прав споживачів, установлених частиною другою статті 17 Закону України «Про захист прав споживачів»	500 НМДГ (85 грн)

Інші види відповідальності.

Таблиця 2

Адміністративна відповідальність суб'єктів господарської діяльності за правопорушення у галузі торгівлі, громадського харчування

№ з/п	Зміст порушення	Санкція
1	2	3
1.	Порушення правил торгівлі, виконання робіт і надання послуг працівниками торгівлі, громадського харчування та сфери послуг, громадянами, які займаються підприємницькою діяльністю	Штраф від 1 до 10 НМДГ (ч. 1 ст. 155 КУпАП)
2.	Продаж товарів зі складів, баз, підсобних приміщень підприємств (організацій) державної торгівлі (громадського харчування, сфери послуг) і споживчої кооперації на порушення встановлених правил, а так само приховування товарів від покупців, вчинене працівниками підприємств (організацій) державної торгівлі (громадського харчування та сфери послуг) і споживчої кооперації, які не є посадовими особами	Штраф від 1 до 14 НМДГ (ч. 2 ст. 155 КУпАП)
	Дії, передбачені ч. 1, ч. 2, ст. 155 КупАП, вчинені особою, яку упродовж року було піддано адміністративному стягненню за такі ж порушення	Штраф від 5 до 27 НМДГ (ч. 1 ст. 155 КУпАП)
3.	Порушення встановленого законом порядку проведення розрахунків у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг	На осіб, які здійснюють розрахункові операції, штраф у розмірі від 2 до 5 НМДГ; на посадових осіб штраф у розмірі від 5 до 10 НМДГ
4.	Дії, передбачені ч. 1 ст. 155^{-1} КУпАП, вчинені особою, яку упродовж року було піддано адміністративному стягненню за такі ж порушення	На осіб, які здійснюють розрахункові операції, штраф у розмірі від 5 до 10 НМДГ; на посадових осіб – штраф у розмірі від 10 до 20 НМДГ

Продовження таблиці 2

1	2	3
5.	Порушення встановленого законом порядку проведення розрахунків при здійсненні операцій з купівлі-продажу іноземної валюти	На осіб, які здійснюють операції з купівлі-продажу іноземної валюти, штраф у розмірі від 3 до 6 НМДГ; на посадових осіб уповноважених банків або суб'єктів підприємницької діяльності, які здійснюють свою діяльність на підставі агентських угод з уповноваженими банками з операцій купівлі-продажу іноземної валюти, штраф у розмірі від 5 до 10 НМДГ
6.	Дії, передбачені ч. 3 ст. 155^{-1} КУпАП вчинені особою, яку упродовж року було піддано адміністративному стягненню за такі ж порушення	На осіб, які здійснюють операції з купівлі-продажу іноземної валюти, штраф у розмірі від 6 до 15 НМДГ; на посадових осіб уповноважених банків або суб'єктів підприємницької діяльності, які здійснюють свою діяльність на підставі агентських угод з уповноваженими банками з операцій купівлі-продажу іноземної валюти, штраф у розмірі від 10 до 20 НМДГ
	Обмірювання, обважування, обрахування, перевищення встановлених цін і тарифів або інший обман покупця чи замовника працівниками торгівлі, громадського харчування і сфери послуг та громадянами-суб'єктами підприємницької діяльності під час реалізації товарів, виконання робіт, надання послуг	Штраф від 2 до 15 НМДГ

Продовження таблиці 2

1	2	3
	Дії, передбачені ч. 1 ст. 155^{-1}, вчинені особою, яку упродовж року було піддано адміністративному стягненню за таке саме правопорушення, або вчинені у великих розмірах	Штраф від 20 до 50 НМДГ
	Обмірювання, обважування, обрахування, перевищення встановлених цін і тарифів або інший обман покупця чи замовника працівниками торгівлі, громадського харчування і сфери послуг та громадянами-суб'єктами підприємницької діяльності під час реалізації товарів, виконання робіт, надання послуг	Штраф від 2 до 15 НМДГ
	Дії, передбачені ч. 1 ст. 155^{-2}, вчинені особою, яку упродовж року було піддано адміністративному стягненню за таке саме правопорушення, або вчинені у великих розмірах	Штраф від 20 до 50 НМДГ
	Роздрібна або оптова торгівля алкогольними напоями чи тютюновими виробами без марок акцизного податку чи з підробленими марками цього податку	Штраф від 200 до 600 НМДГ з конфіскацією предметів торгівлі та виручки, одержаної від продажу предметів торгівлі. (ч. 1 ст. 156 КУпАП)
	Порушення працівником підприємства (організації) торгівлі або громадського харчування правил торгівлі пивом (крім безалкогольного), алкогольними, слабоалкогольними напоями і тютюновими виробами, а саме: торгівля пивом (крім безалкогольного), алкогольними, слабоалкогольними напоями або тютюновими виробами в приміщеннях або на територіях, заборонених законом, або в інших місцях, визначених рішенням відповідного органу місцевого самоврядування, як таких, де роздрібна торгівля пивом (крім безалкогольного), алкогольними, слабоалкогольними напоями або тютюновими виробами заборонена, а так само торгівля	Штраф від 100 до 400 НМДГ (ч. 1 ст. 156 КУпАП)

Продовження таблиці 2

1	2	3
	пивом (крім безалкогольного), алкогольними, слабоалкогольними напоями або тютюновими виробами через торгові автомати чи неповнолітніми особами, а також продаж пива (крім безалкогольного), алкогольних, слабоалкогольних напоїв або тютюнових виробів особі, яка не досягла 18 років, або продаж тютюнових виробів в упаковках, що містять менш ніж 20 сигарет або цигарок, чи поштучно (крім сигар), або торгівля пивом (крім безалкогольного), алкогольними, слабоалкогольними напоями, винами столовими у заборонений рішенням відповідного органу місцевого самоврядування час доби	
	Торгівля пивом (крім безалкогольного), алкогольними, слабоалкогольними напоями або тютюновими виробами з рук	Штраф від 200 до 600 НМДГ з конфіскацією предметів торгівлі та виручки, одержаної від продажу предметів торгівлі. (ч. 3 ст. 156 КУпАП).
	Дії, передбачені ч. 1, ч. 2 ст. 156 КУпАП, вчинені особою, яку упродовж року було піддано адміністративному стягненню за такі ж порушення	Штраф від 600 до 1 000 НМДГ з конфіскацією предметів торгівлі
	Відмова працівників торгівлі, громадського харчування та сфери послуг і громадян, які займаються підприємницькою діяльністю в цих галузях, у наданні громадянам-споживачам (крім споживачів фінансових послуг) необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про товари (роботи, послуги), їх кількість, якість, асортимент, а також про їх виробника (виконавця, продавця), у навчанні безпечного та правильного їх використання, а так само обмеження прав громадян-споживачів на перевірку якості, комплектності, ваги та ціни придбаних товарів	Штраф від 1 до 10 НМДГ (ч. 1 ст. **156^{-1}** КУпАП)

Продовження таблиці 2

1	2	3
	Відмова особами, зазначеними у ч. 1 ст. 156^{-1}, громадянину-споживачу в реалізації його права в разі придбання ним товару неналежної якості	Штраф від 1 до 18 НМДГ одного до вісімнадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (ч. 2 ст. **156^{-1}** КУпАП)
	Надання виробниками або особами, зазначеними у ч. 1 ст. 156^{-1}, недостовірної інформації про продукцію, у разі якщо ця інформація не зашкодила життю, здоров'ю та майну споживача	Штраф від 10 до 50 НМДГ десяти до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. (ч. 3 ст. **156^{-1}** КУпАП)
	У разі бездіяльності осіб, передбачених ч. 3 ст. 156^{-1}, щодо приведення недостовірної інформації про весь товар до відповідності або повторне надання недостовірної інформації про товар упродовж року з моменту стягнення	Штраф від 50 до 200 НМДГ (ч. 4 ст. **156^{-1}** КУпАП)
	Ненадання, несвоєчасне надання споживачу фінансових послуг інформації про умови надання фінансової послуги, яку він має намір отримати, та іншої інформації, обов'язковість надання якої споживачу фінансових послуг передбачена законодавством, а також надання інформації про фінансову послугу, учасника ринку фінансових послуг, що містить неповні, неточні або недостовірні відомості (дані)	Штраф на посадових осіб, фізичних осіб-підприємців від 50 до 100 НМДГ (ч. 5 ст. **156^{-1}** КУпАП)
	Дії, передбачені ч. 5 ст. 156^{-1}. КУпАП, вчинені особою, яку протягом року було піддано адміністративному стягненню за такі ж порушення	Штраф на посадових осіб, фізичних осіб-підприємців від 100 до 200 НМДГ
	Порушення правил торгівлі на ринках	Штраф на громадян від 1 до 3 НМДГ і попередження або накладення штрафу на посадових осіб – від 3 до 7 НМДГ (ст. **159** КУпАП)

Продовження таблиці 2

1	2	3
	Провадження господарської діяльності без державної реєстрації як суб'єкта господарювання або без подання повідомлення про початок здійснення господарської діяльності, якщо обов'язковість подання такого повідомлення передбачена законом, або без отримання ліцензії на провадження виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню відповідно до закону, або у період зупинення дії ліцензії, у разі якщо законодавством не передбачені умови провадження ліцензійної діяльності у період зупинення дії ліцензії, або без одержання документа дозвільного характеру, якщо його одержання передбачене законом (крім випадків застосування принципу мовчазної згоди)	Штраф від 1 000 до 2 000 НМДГ з конфіскацією виготовленої продукції, знарядь виробництва, сировини і грошей, одержаних внаслідок вчинення цього адміністративного правопорушення, чи без такої (ч. 1 ст. 164 КУпАП)
	Дії, передбачені ч. 1 ст. 164 КУпАП, вчинені особою, яку протягом року було піддано адміністративному стягненню за таке саме правопорушення, або пов'язані з отриманням доходу у великих розмірах	Штраф від 2 000 до 5 000 НМДГ з конфіскацією виготовленої продукції, знарядь виробництва, сировини і грошей, одержаних внаслідок вчинення цього адміністративного правопорушення (ч. 2 ст. 164 КУпАП)
	Введення в обіг (випуск на ринок України, у тому числі з ремонту) або реалізація продукції (крім харчових продуктів), яка не відповідає вимогам стандартів, норм, правил і зразків (еталонів) щодо безпечності, якості, комплектності та упаковки (за винятком випадків, передбачених законодавством України)	Штраф на посадових осіб підприємств, установ, організацій незалежно від форми власності, громадян-власників підприємств чи уповноважених ними осіб від 20 до 100 НМДГ (ст. 167 КУпАП)
	Випуск у продаж продукції з порушенням вимог щодо медичних попереджень споживачів тютюнових виробів	Штраф на посадових осіб від 30 до 100 НМДГ (ст. **168**$^{-2}$ КУпАП)

Продовження таблиці 2

1	2	3
	Порушення умов і правил проведення повірки засобів вимірювальної техніки, що перебувають в експлуатації та застосовуються у сфері законодавчо регульованої метрології, а також проведення такої повірки неуповноваженими науковими метрологічними центрами, метрологічними центрами та повірочними лабораторіями, крім повірки, що проводиться науковими метрологічними центрами, які мають міжнародно визнані калібрувальні та вимірювальні можливості за відповідними видами та підвидами вимірювань або застосовують національні еталони	Штраф на посадових осіб підприємств та організацій незалежно від форми власності, фізичних осіб-підприємців від 3 до 30 НМДГ (ст. 171^{-1} КУпАП)
	Порушення правил застосування засобів вимірювальної техніки, які використовуються у сфері законодавчо регульованої метрології	Штраф на посадових осіб підприємств та організацій незалежно від форми власності, фізичних осіб-підприємців від 3 до 30 НМДГ (ст. 172 КУпАП)
	Невиконання посадовими особами, громадянами, які здійснюють підприємницьку діяльність, законних вимог посадових осіб центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за дотриманням законодавства про захист прав споживачів, про проведення перевірки діяльності щодо продажу товарів, виконання робіт, надання послуг громадянам-споживачам або надання необхідних для цього матеріалів	Штраф від 3 до 5 НМДГ (ч. 1 ст. 188^{-2} КУпАП)
	Ухилення посадових осіб і громадян, які здійснюють підприємницьку діяльність, від своєчасного виконання приписів посадових осіб центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за дотриманням законодавства про захист прав споживачів, усунення порушень прав споживачів	Штраф від 1 до 8 НМДГ (ч. 2 ст. 188^{-2} КУпАП)

Таблиця 3

Кримінальна відповідальність у сфері роздрібної торгівлі

№ з/п	Зміст порушення	Санкція
1.	Незаконне придбання з метою збуту або зберігання з цією метою, а також збут чи транспортування з метою збуту незаконно виготовлених спирту етилового, спиртових дистилятів, алкогольних напоїв, пива, тютюнових виробів, тютюну, промислових замінників тютюну, пального або інших підакцизних товарів	Штраф від 5 000 до 10 000 НМДГ з конфіскацією та знищенням незаконно виготовлених товарів (ч. 1 ст. 204 КК України)
2.	Незаконне виготовлення спирту етилового, спиртових дистилятів, алкогольних напоїв, пива, тютюнових виробів, тютюну, промислових замінників тютюну, пального або інших підакцизних товарів або вчинене особою, яка раніше була засуджена за цією статтею	Позбавлення волі на строк від трьох до п’яти років з конфіскацією та знищенням незаконно вироблених або придбаних товарів, знарядь виробництва, сировини для їх виготовлення (ч. 2 ст. 204 КК України)
	Незаконне виготовлення товарів, зазначених у частинах першій або другій цієї статті, що становлять загрозу для життя і здоров’я людей, так само збут таких товарів, що призвело до отруєння чи спричинило смерть особи	Позбавлення волі на строк від восьми до десяти років з конфіскацією майна, з вилученням та знищенням незаконно виробленої або придбаної продукції, обладнання для її виготовлення (ч. 3 ст. 204 КК України)

Зупинимось на господарсько-правовій відповідальності. Згідно зі ст. 42 Господарського кодексу України підприємництвом визначається самостійна, ініціативна, систематична та на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб’єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку (ст. 42 ГК України).

Відповідно, підприємцям надано право на самостійний вибір здійснювати підприємницьку діяльність, що не заборонена законом. Деякі види торговельної діяльності підлягають ліцензуванню, а отже, відповідно до ст. 43 ГК України провадження таких видів торгівлі без наявності відповідної ліцензії карається законом.

Для громадян та/або юридичних осіб, для яких підприємницька діяльність не є основною, положення ГК України поширюються на ту частину їхньої діяльності, яка за своїм характером є підприємницькою.

Ст. 263 ГК України встановлює, що господарсько-торговельна діяльність – це діяльність, що здійснюється 1) суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, 2) спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, 3) допоміжна діяльність, що забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг.

Господарсккько-правова відповідальність у торговельному праві характеризується застосуванням до правопорушників господарських санкцій на підставах і порядку, передбачених насамперед ГК України, іншими законами та/або договорами (ст. 216 ГК України).

Господарськими санкціями визнаються заходи впливу на правопорушника у сфері господарювання, у результаті застосування яких для нього настають несприятливі економічні та правові підстави. Існують такі види господарських санкцій, як відшкодування збитків, штрафні санкції, оперативно-господарські санкції та адміністративно-господарські санкції. Відмінність між господарськими та адміністративно-господарськими санкціями вважається їх застосування. Так, господарські санкції застосовуються за ініціативою учасників господарських відносин, зі свого боку, адміністративно-господарські – уповноваженими органами державної влади або органами місцевого самоврядування (ст. 217 ГК України).

Поняття «відшкодування збитків» регулюється ст. 16 Цивільного кодексу України (ЦК України). Ст. 22 ЦК України

визначає два види збитків: 1) втрати, яких особа зазнала у зв'язку зі знищенням та/або пошкодженням речі, а також витрати, які особа зробила або мусить зробити для відновлення свого порушеного права (реальні збитки);

2) доходи, які особа могла б реально одержати за звичайних обставин, якби її право не було порушене (упущена вигода)[3].

Стаття 224 ГК України встановлює, що під збитками розуміють:

– витрати, зроблені управненою стороною,

– втрата або пошкодження її майна,

– не одержані доходи, які управнена сторона одержала б у разі належного виконання зобов'язання або одержання правил здійснення діяльності другою стороною.

Стаття 225 ГК України встановлює склад збитків, що підлягають відшкодуванню за правопорушення, вчинене особою: вартість втраченого, пошкодженого чи знищеного майна; додаткові витрати, що включають штрафні санкції, вартість додаткових робіт тощо, та неодержаний прибуток (втрачена вигода), на який сторона, що понесла збитки, мала право розраховувати у разі належного виконання зобов'язань іншою стороною. У статті 226 ГК України визначено умови та порядок відшкодування збитків та перераховано випадки, коли відповідальна особа не несе повної / часткової відповідальності за заподіяні збитки. Так, наприклад, сторона, яка порушила своє зобов'язання або знає, що порушить при настанні строку виконання, повинна негайно повідомити про це другу сторону. У такому разі ця сторона має право посилатися на невжиття другою стороною заходів щодо запобігання збиткам та вимагати відповідного зменшення їх розміру. Зі свого боку, сторона, що була своєчасно попереджена про можливе невиконання зобов'язань іншою стороною і могла запобігти виникненню збитків своїми діями, але не зробила цього, позбавляється права на відшкодування збитків.

---

[3] Ткачук Г. В. Щодо відшкодування збитків за порушення прав на торговельні марки. *Часопис Київського університету права.* 2018. № 3. С. 222–225.

Під штрафними санкціями ст. 230 ГК України визнаються санкції у вигляді грошової суми: неустойка, штраф, пеня, яку учасник відносин зобов'язаний сплатити у разі порушення ним правил здійснення торговельної діяльності, та невиконання або неналежного виконання зобов'язання. Під оперативно-господарськими санкціями у ст. 235 ГК України розуміються заходи оперативного впливу на правопорушника з метою припинення або попередження повторення порушень зобов'язання, що використовуються самими сторонами зобов'язання в односторонньому порядку. Лише ті санкції, застосування яких передбачено договором, можуть бути застосовані до суб'єкта, що порушив зобов'язання, і незалежно від вини суб'єкта.

Види оперативно-господарських санкцій: 1) одностороння відмова від виконання свого зобов'язання управненою стороною, 2) відмова управненої сторони зобов'язання від прийняття подальшого виконання зобов'язання, що порушене другою стороною, 3) встановлення в односторонньому порядку на майбутнє додаткових гарантій належного виконання зобов'язань стороною, що порушила зобов'язання, такі як списання з рахунку боржника в безакцептному порядку коштів, що були сплачені за неякісну продукцію, 4) відмова від встановлення на майбутнє відносин зі стороною, яка порушує зобов'язання, 5) інші санкції, передбачені сторонами у договорі (ст. 236 ГК).

Під адміністративно-господарськими у ст. 238 ГК розуміють заходи організаційно-правового або майнового характеру, спрямовані на припинення правопорушення суб'єкта господарювання та ліквідацію наслідків. До видів адміністратвно-господарських санкцій відносять: вилучення прибутку або доходу, адміністративно-господарський штраф, стягнення обов'язкових платежів та/або зборів, застосування антидемпінгових заходів, припинення експортно-імпортних операцій, зупинення дії ліцензії (патенту), анулювання ліцензії (патенту) чи застосування індивідуального режиму ліцензування, обмеження або зупинення діяльності суб'єкта господарювання, ліквідація суб'єкта господарювання.

Контроль за недотриманням суб'єктами господарювання антимонопольно-конкурентного законодавства провадить Антимонопольний комітет України. Важливо зазначити, що за недотримання положень законодавства України, що регулює таку діяльність, настає не тільки господарсько-правова, але й адміністративна та кримінальна відповідальності. До основних нормативно-правових актів, що регулюють таку діяльність, відносять Конституцію України, Закон України «Про Антимонопольний комітет України», «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про захист економічної конкуренції» та ін. До основних порушень економічної конкуренції відносять: антиконкурентні дії, зловживання монопольним, тобто домінуючим становищем, обмеження в господарській діяльності суб'єкта господарювання у відповідь на звернення такого суб'єкта до Антимонопольного комітету України.

Отже, за недотримання законодавчих вимог щодо ведення роздрібної торгівлі передбачено фінансові санкції для суб'єктів торговельної діяльності, а також адміністративна, кримінальна і господарсько-правова відповідальність.

Питання для самоконтролю

1. Визначте предмет торгового права.
2. Які відносини регулюються торговим правом?
3. Розкрийте сутність поняття «торговельна діяльність».
4. Які ознаки торговельної діяльності вам відомі?
5. Визначіть джерела торгового права.
6. Чи є тотожними поняття «торговельна діяльність» та «комерційна діяльність». Свою відповідь обґрунтуйте.
7. Що являє собою незаконна торговельна діяльність, які її ознаки?
8. Хто не має права займатися торговельною діяльністю?
9. Який вид відповідальності передбачено за незаконну торговельну діяльність? Свою відповідь обґрунтуйте.
10. Назвіть організаційно-правові форми господарсько-торговельної діяльності.

ТЕМА 2
ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ АУКЦІОННОЇ ТОРГІВЛІ

2.1. Поняття аукціонної торгівлі та її організаційно-правові форми

Аукціон є поширеним способом здійснення операцій з купівлі-продажу товарів, який застосовується в умовах сучасної ринкової економіки як у міжнародній торгівлі, так і на внутрішніх ринках більшості країн світу. Міжнародні аукціони зазвичай реалізовують такі товари, як чай, тютюн, овочі, фрукти, риба, худоба. Також поширеними предметами торгів на міжнародних аукціонах є хутряні товари та тропічні породи лісу. Так, наприклад, у США та Канаді понад 70 % загального обсягу хутра реалізується через міжнародні аукціони, в Данії, Швеції і Норвегії цей показник становить близько 90–95 %. Через аукціони в Лондоні Індія реалізує майже 30 %, а Шрі-Ланка – понад 70 % всього експортного обсягу чаю[4].

Асортимент товарів на внутрішніх аукціонах держав залежить від особливостей структури національної економіки відповідної країни. Так, наприклад, за офіційними даними найбільшого за обсягами аукціонного товарообігу суб'єкта господарювання – Української універсальної біржі – в Україні поширеними є аукціони з продажу енергетичних ресурсів (природний та скраплений газ, газовий конденсат тощо) сільськогосподарської продукції (зернові культури, кукурудза тощо), а також необробленої деревини[5].

---

[4] Апопій В. В., Міщук І. П., Ребицікий В. М. Організація торгівлі: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 616 с.

[5] Українська універсальна біржа – найбільша торгова біржа в Україні. URL: https://www.uub.com.ua/files/uub-presentation-2015.pdf

Серед причин популярності аукціонної торгівлі товарами варто виокремити наявність органічного поєднання публічного та приватного інтересів. Їх реалізація досягається формуванням правового господарського порядку на засадах оптимального поєднання державного регулювання макроекономічних процесів і ринкового саморегулювання економічних відносин суб'єктів господарювання[6].

Історично первісними аукціонами є торги, що виникли в умовах рабовласницького ладу. Перші аукціонні торги датовані V ст. до н.е. та проводились у Вавилоні. Через проведення такого аукціону здійснювалось видання молодих дівчат заміж. Згодом сімейно-орієнтована спрямованість аукціонів трансформувалася в економічну (у розумінні того часу) і основним предметом купівлі-продажу на них були раби. Простота проведення таких торгів, а також відсутність у покупця та продавця інших взаємних зобов'язань, крім передачі лоту та його оплати, дозволяли використовувати існуючі звичаї ділового обороту для регулювання відповідних відносин[7].

Поряд із розвитком товарного та грошового обігу з'являлись способи забезпечення еквівалентності обміну одного товару на інший. Також розширювався асортимент торгів, продавцями певного виду товару ставали декілька претендентів, що давало змогу покупцям придбати товар за справедливою, помірною ціною[8].

У Римській імперії важливою складовою економічного розвитку держави були саме аукціони. За допомогою аукціонної торгівлі забезпечувався товарообіг держави, а також вирішувались макроекономічні завдання. Так, наприклад, в умовах

---

[6] Король В., Небильцова О. Регіональна економічна інтеграція у Великій Східній Азії: детермінанти та бар'єри. *Міжнарожна економічна політика*. 2015. № 1 (22). С. 100–122.

[7] Алябишев М. С. Особливості укладання договорів на аукціоні: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / АПрНУкраїни, НДІ приватного права і підприємництва. К., 2009. 17 с.

[8] Чижова А. Д. Эволюция института торгов. *История государства и права*. 2012. № 13. С. 35–38.

економічної кризи з метою забезпечення надходжень до скарбниці за наказом римського імператора Марка Аврелія був проведений аукціонний продаж родинних реліквій, а у 193 р. до н.е. з цією ж метою на аукціон була виставлена посада імператора Римської імперії[9].

Так, дослідники римського права звертають увагу на те, що з розвитком римського суспільства усталені звичаї ділового обороту не завжди були здатні задовольнити потреби учасників аукціону, що зі свого боку призвело до виокремлення специфічних правил організації та проведення торгів. Так, власнику товару надавалося право відповідної ініціативи; з'явились спеціалісти, які на професійній основі здійснювали організацію та проведення аукціонних торгів; змінився порядок визначення ціни лота шляхом започаткування звичного у сучасній практиці поступового її підвищення пропорційно пропозиціям учасників торгів; зобов'язання сторін набули формального закріплення в договорі, який укладається з переможцем торгів[10].

Так у Римській імперії, у зв'язку із зростанням ролі аукціонів, з'явилось певне правове поле, що врегульовувало їх функціонування. Законодавство Римської імперії передбачало, що підставою для укладення договорів стало і успішне проведення аукціону. Також сформувалась система аукціонів, яка включала в себе примусові, добровільні та змішані аукціони. Примусовим був аукціон з продажу предмета завдатку для цілей виконання вироку (*pignus in causa judicati captum*). Змішані аукціони проводились у випадках, визначених законами. Наприклад, такі аукціони застосувались для визначення орендаря міських земель. Інші види товарів могли реалізовуватися на добровільних аукціонах[11].

---

[9] Тонков К. В. Генезис и становление торгов в России и зарубежных странах: исторический очерк. *Современное право:* науч.-практ. журнал. 2012. № 12. С. 152–155.

[10] Підопригора О. А. Основи римського приватного права: підручник. К.: Вища школа, 1995. 267 с.

[11] Чижова А. Д. Эволюция института торгов. *История государства и права*. 2012. № 13. С. 35–38.

Суттєвий вплив на правове регулювання аукціонів мали регіональні особливості економічного розвитку певної країни, специфіка існуючої у них правової системи тощо. Так, наприклад, в Англії перша згадка про аукціон міститься в Оксфордському англійському словнику та датується 1595 р. Основою порядку визначення ціни лота на аукціонних торгах був покладений римський підхід щодо руху в напрямі підвищення ціни лота. Така модель отримала назву «англійський аукціон». У Нідерландах та Німеччині практикувалися аукціонні торги, які були прямо протилежними англійським та передбачали поступове зниження претендентами ціни лоту. Таку модель аукціонної купівлі-продажу товарів називають, відповідно, голландською або німецькою[12].

У Сполучених Штатах Америки наприкінці XX сторіччя аукціонний товарообіг стає важливим елементом економічного життя держави. Як приклад можна навести продаж Міністерством внутрішніх справ США майна, що перебуває у федеральній власності, саме на аукціонних торгах. У приватному секторі економіки найбільш розповсюдженою була аукціонна купівля-продаж вина, витворів мистецтва, авторських прав тощо.

На українських землях розвиток аукціонної купівлі-продажу відбувався з урахуванням економічних та правових особливостей держав, до складу яких вони входили. Аукціонна торгівля стала популярною на землях Лівобережної України у другій половині XVII ст. Саме тоді датовані акти, що містили згадки про публічні торги («торг», «торжище»), які були місцем збору купців, торгівців і звичайних міщан[13].

Уже на початку XVIII ст. започатковується обов'язкова звітність про результати публічних торгів. Кожен звіт мав містити інформацію про те, хто та що продавав, якими були ціни та хто

[12] Молчанова М. Є. Господарсько-правове регулювання аукціонної купівлі продажу товарів: дис. ... канд. юрид. наук. Харків, 2016. 218 с.
[13] Гончарова Е. История торгов в России XVII–XVШ вв. *Конкурсные торги*. 1998. № 8. С. 39–44.

виступав у ролі поручителя. Такі відомості подавалися до Канцелярії Сенату та мали бути публічними. Працівники цього органу розміщали таку інформацію на міських воротах, для того щоб жителі могли ознайомитись із нею.

Як зазначає М. Є. Молчанова, основним джерелом правового регулювання аукціонної торгівлі товарами того часу було Зібрання законів цивільних Російської імперії, де в розділі «Про продаж і купівлю» містилися положення «Про придбання майна, купленого з публічних торгів»[14].

Відповідно до тлумачного словника: «аукціон (від лат. auction – збільшення чи зростання; є синонімом до слова «торги» або дослівно розуміється як публічний торг чи продаж з публічного торгу) – це право, яке отримується внаслідок конкурентної боротьби окремими особами або групами осіб. Синонімами аукціону є поняття торги, ліцитація, прилюдний продаж товарів тому, хто запропонує найбільшу ціну; продаж товарів, майна з публічного торгу покупцеві, який запропонував найбільшу ціну»[15].

Також варто зазначити, що поняття аукціону міститься і у енциклопедичній економічній та юридичній літературі. Економічною енциклопедією аукціон визначено як організаційну форму публічного продажу майна або товарів у визначений час і у встановленому місці, де об'єкт продажу отримує особа, яка запропонувала за нього найвищу ціну[16].

Юридичний довідник тлумачить аукціон як спосіб публічного, почергового продажу товарів на основі конкурсу покупців; спеціальний ринок з аукціонної купівлі-продажу певного різновиду товарів, який функціонує постійно або періодично[17].

---

[14] Молчанова М. Є. Господарсько-правове регулювання аукціонної купівлі продажу товарів: дис. ... канд. юрид. наук. Харків, 2016. 218 с.

[15] Новий тлумачний словник української мови / укладачі В. Яременко, О. Сліпушко. Київ: АКОНІТ, 2008. 926 с.

[16] Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т. 1 / Мочерний С. В. (відп.ред.) та ін. Київ: Академія, 2000. 864 с.

[17] Юридична енциклопедія: в 6 т. / Шемшученко Ю. С. (відп. ред.) та ін. Київ: Укр. Енцикл, 1998. Т. 1: А–Г. 672 с.

Окремо варто звернути увагу на визначення аукціону, які містяться у чинних нормативно-правових актах, зокрема у Податковому кодексі України (далі – ПК України). Так, відповідно до підпункту 14.1.8 пункту 14.1 статті 14 ПК України, аукціоном (публічними торгами) визнається публічний спосіб продажу активів з метою отримання максимальної виручки від продажу активів у визначений час і в установленому місці.

Також варто звернути увагу на Порядок відчуження об'єктів державної власності, затверджений постановою Кабінету Міністрів України № 803 від 06.06.2007, який визначає, що аукціон – це спосіб продажу майна, за яким його власником стає покупець, що у процесі торгів запропонував за нього найвищу ціну[18].

Пунктом 2 Порядку організації та проведення біржових аукціонів з продажу нафти сирої, газового конденсату власного видобутку і скрапленого газу, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 16.10.2014 № 570 (далі – Порядок організації та проведення аукціонів з продажу енергоресурсів), закріплено визначення біржового аукціону як способу проведення торгів, що передбачає продаж кожного із заявлених лотів покупцеві, який запропонував за нього найвищу ціну, зафіксовану під час проведення торгів[19].

Ознаки аукціону як форми чи способу проведення публічних торгів:

– має організований характер, що проявляється у послідовному здійсненні відповідних дій, які передують безпосередній торгівлі;

---

[18] Про затвердження Порядку відчуження об'єктів державної власності: постанова Кабінету Міністрів України від 06.06.2007 № 803 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2007-%D0%BF#Text

[19] Про порядок забезпечення природним газом народного господарства і населення у 1999 році: постанова Кабінету Міністрів України від 15.12.1998 № 1978 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1978-98-%D0%BF#Text

– є публічним, що виражається у залученні до участі в аукціоні необмеженої кількості учасників, які відповідають вимогам, що встановлені чинним законодавством;

– нормативна визначеність процедури, якій характерне поєднання державного регулювання та ринкового саморегулювання, що виражається в існуванні нормативно-правових актів загального та спеціального характеру, а також регулятивних актів (правил), що встановлюються суб'єктом господарювання, який здійснює аукціонну діяльність самостійно. Такими актами регламентується порядок організації та проведення аукціону;

– поєднання організаційного та майнового елементів, що забезпечується нерозривним правовим зв'язком між правовідносинами, які виникають на кожному процедурному етапі (публічна оферта, відбір та кваліфікація учасників, оцінка якості лота, порядок визначення початкової та остаточної ціни лота, укладання щодо нього договору купівлі-продажу тощо);

– визначення однієї сторони договору купівлі-продажу на конкурентних засадах, тобто в результаті змагальності за ціновими позиціями учасників аукціону.

Відповідно до юридичної літератури та чинного законодавства України з аукціонної купівлі-продажу товарів можна здійснити класифікацію аукціонів за такими критеріями:

1) залежно від способу проведення торгів виокремлюють реальні та віртуальні (електронні) аукціони.

Реальні аукціони проводяться у приміщенні, що спеціально облаштоване для цього, яке розміщується за певною юридичною адресою, яка обов'язково вказується у повідомленні про проведення аукціону.

Віртуальні (електронні) аукціони проводяться у режимі онлайн на спеціалізованому електронному майданчику на сайті в мережі «Інтернет». Укладання договорів за результатами таких аукціонів здійснюється з використанням електронного цифрового підпису.

2) залежно від напряму зміни ціни аукціони можна класифікувати на аукціони з підвищенням та зниженням ціни.

Аукціони з підвищенням ціни (англійський або одностайний аукціон) полягають у тому, що на початок торгів встановлюється мінімальна ціна, визначена продавцем. Згодом покупці роблять кроки аукціону – надбавки на величину не нижче за мінімальну надбавку, вказану в правилах проведення торгів. Такі аукціони можуть бути гласні, коли ліцитатор оголошує номер покупця та остаточну ціну, або німі, коли покупці подають ліцитатору наперед встановлені знаки згоди на додаткові ціни, а останній, у свою чергу, при оголошенні нової ціни покупця не називає.

Аукціони зі зниженням ціни (голландські, німецькі аукціони, «вейдлинг») полягають у зворотному напрямі руху цін. Сутність такого аукціону полягає у тому, що при проведенні аукціону за методом зниження ціни кожна наступна ціна, запропонована учасниками такого аукціону, може бути підвищена або знижена за попередню на розмір мінімальної надбавки або знижки. Розмір мінімальної надбавки та розмір знижки встановлює замовник аукціону на кожний об’єкт у розмірі не менше ніж 10 відсотків початкової ціни об’єкта.

3) за критерієм обов’язковості аукціонного способу реалізації товарів виділяють обов’язкові та добровільні аукціони.

Підставою для обов’язкових аукціонів є закон, який передбачає продаж певного виду товару виключно на аукціоні. (Наприклад, аукціони з продажу нафти, вугілля, природного та скрапленого газу, конфіскованих товарів у рамках виконавчого провадження тощо).

Добровільні аукціони проводяться за ініціативою власників товарів з метою найбільш вигідного їх продажу.

2.2. Правовий статус учасників аукціонної торгівлі

Незалежно від сфери господарювання, в якій проводяться аукціонні торги, відносини з аукціонної купівлі-продажу товарів мають особливий склад учасників, якими можуть бути суб'єкти господарювання – юридичні особи всіх форм власності та організаційно-правових форм і фізичні особи-підприємці.

Участю в аукціонах визначається вчинення юридично значущих дій, які прямо або опосередковано спрямовані на досягнення кінцевої мети – укладання договору купівлі-продажу товару, виставленого на аукціон, з тим, хто запропонував найвигіднішу ціну.

Класифікацію учасників аукціону можна здійснювати за різними характеристиками. Так, залежно від характеру взаємозв'язку вчинених дій з відповідним кінцевим результатом, учасників аукціонної купівлі продажу товарів можна класифікувати на тих, які здійснюють організаційно-господарські функції, та тих, хто безпосередньо бере участь у торгах.

Відповідно до цієї класифікації до першої групи учасників варто віднести організатора аукціону та ліцитатора (ведучого аукціону). Метою їхньої діяльності є забезпечення здійснення усіх процедур, які прямо передбачені законодавством та передбачають створення необхідних умов для проведення аукціону.

Другу групу учасників аукціонних торгів становлять претенденти – особи, які змагаються за право в кінцевому результаті аукціону укласти договір купівлі-продажу товару, виставленого як лот. Відповідно такими учасниками є продавець (або продавці) та покупець (або покупці). Метою їхньої діяльності є купівля або продаж певного товару на аукціонних торгах.

У чинному законодавстві України, що регулює питання аукціонної купівлі продажу товарів, відсутнє визначення поняття учасника аукціонів. Однак варто звернути увагу на визначення окремих категорій таких учасників.

Поняття організатора аукціону розкривають декілька чинних нормативно-правових актів України. Так, відповідно до абзацу 12 пункту 1.3 Положення про порядок продажу в процесі приватизації на фондових біржах пакетів акцій акціонерних товариств, організатором аукціону є фондова біржа, яка організовує й проводить аукціони[20].

Відповідно до пункту 19 частини 1 статті 1 Закону України про приватизацію державного і комунального майна: організатор аукціону – Фонд державного майна України, його регіональні відділення, представництва у районах і містах, органи приватизації в Автономній Республіці Крим, органи приватизації територіальних громад або залучені ними юридичні особи, які діють відповідно до договору, укладеного з державними органами приватизації[21].

Нормативно-правові акти, які регламентують порядок організації проведення аукціонів у провадженні у справах про банкрутство стосовно майна державних підприємств, що належать до сфери управління відповідного органу державної влади, встановлюються вимоги, яким повинен відповідати організатор аукціону. До таких вимог належать:

– бути юридичною особою, зареєстрованою у встановленому законом порядку, що має право здійснювати продаж майна шляхом проведення аукціону;

– мати досвід проведення аукціонів не менше трьох років;

– володіти технічними можливостями для забезпечення продажу майна боржника шляхом проведення аукціону (з урахуванням виду і особливостей майна, що підлягає продажу).

---

[20] Положення про порядок продажу в процесі приватизації на фондових біржах пакетів акцій акціонерних товариств. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/z0798-98/ed20170512#n35 (втратив чинність).

[21] Про приватизацію державного і комунального майна: Закон України від 18.01.2018 № 2269-VIII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2269-19#Text

Організатором аукціону не може бути заінтересована особа стосовно боржника, кредиторів та замовника аукціону[22]. Визначення організатора аукціону здійснюється за результатами конкурсу.

Отже, проаналізувавши поняття організатора аукціону, що міститься у різних нормативно-правових актах, можна дійти висновку, що організатором аукціону є суб'єкт господарювання, який здійснює діяльність з організації господарської діяльності з аукціонної купівлі-продажу товарів. Кваліфікаційними ознаками його правового статусу переважно є такі:

– діє у формі юридичної особи;

– отримує повноваження на конкурсних засадах;

– набуває повноважень відповідно до договору, який укладається між організатором та замовником;

– обов'язком організатора аукціону є виключно організація аукціону.

Однак варто звернути увагу, що вищезгадані ознаки притаманні організаторам усіх видів аукціонів, за винятком аукціонних торгів, які функціонують на ринках енергії та енергоресурсів.

Відповідно до абзацу 3 пункту 1.2 Порядку проведення електронних аукціонів з розподілу пропускної спроможності міждержавних електричних мереж, затвердженого постановою Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері енергетики та комунальних послуг України, аукціони з розподілення пропускної спроможності міждержавних електричних мереж проводяться аукціонним офісом, яким є підприємство, яке здійснює централізоване диспетчерське управління об'єднаною енергетичною системою України[23].

---

[22] Про затвердження Порядку організації проведення аукціонів у провадженні у справах про банкрутство та вимоги до їх організаторів стосовно майна державних підприємств, які належать до сфери управління МЗС України: наказ Міністерства закордонних справ України від 02.09.2014 № 368 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1135-14#Text

[23] Про затвердження Порядку проведення електронних аукціонів з розподілу пропускної спроможності міждержавних електричних мереж:

Діяльності аукціонного офісу присвячено окремий розділ відповідного Порядку. Так, згідно із пунктом 2.2 цього Порядку, аукціонний офіс як організатор аукціону:

– забезпечує недискримінаційні умови доступу енергопостачальників до магістральних та міждержавних електричних мереж України для здійснення експорту та/або імпорту електричної енергії;

– складає та оприлюднює графік проведення аукціонів;

– розглядає заяви про набуття статусу учасника розподілення;

– здійснює реєстрацію і ведення Реєстру;

– здійснює прийом заявок щодо участі в аукціоні через аукціонну платформу;

– забезпечує оформлення відповідних аукціонних документів за підсумками проведених аукціонів;

– здійснює координацію розподілення пропускної спроможності із системними операторами сусідніх країн;

– виконує функції адміністратора аукціонної платформи, оприлюднює на своєму вебсайті, передбачену цим Порядком інформацію;

– здійснює реєстрацію повідомлень про передачу / припинення використання пропускної спроможності;

– здійснює оприлюднення повідомлень про реєстрацію енергопостачальників як учасників розподілення на аукціонній платформі, повідомлень про втрату користувачем отриманого доступу до пропускної спроможності міждержавних електричних мереж України, вирішує інші оперативні питання, що виникають у процесі проведення аукціону;

– застосовує в разі необхідності резервний механізм;

– встановлює на дату відкриття торгів для річних та місячних аукціонів наявність / відсутність в учасників розподілення

постанова Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері енергетики та комунальних послуг України від 12.02.2015 № 176 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1668-14#Text (втратив чинність).

статусу члена оптового ринку електричної енергії України шляхом направлення відповідного запиту до оптового постачальника електроенергії;

– узгоджує доступну пропускну спроможність із системними операторами сусідніх країн;

– встановлює наявність простроченої заборгованості в учасників розподілення за електричну енергію, закуплену останніми на оптовому ринку електричної енергії України, шляхом направлення відповідного запиту оптовому постачальнику електроенергії на кінцевий строк подачі заяви про набуття статусу учасника розподілення та на дату відкриття торгів для річних та місячних аукціонів;

– на дату відкриття торгів для річних та місячних аукціонів встановлює наявність / відсутність ліцензії на здійснення діяльності з постачання електричної енергії шляхом перевірки інформації на офіційному сайті Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері енергетики та комунальних послуг України;

– надає консультаційну допомогу всім учасникам розподілення щодо роботи з аукціонною платформою[24].

Одним із повноважень організатора аукціону є призначення ведучого, який безпосередньо здійснює проведення торгів. Відповідно до чинного законодавства України, яким регулюються аукціони у різних сферах, поряд із поняттям ведучого застосовуються поняття «ліцитатор» та «аукціоніст». З 2010 року професію «аукціоніст (ліцитатор)» внесено до Класифікатора професій України ДК 003:2010[25].

---

[24] Про затвердження Порядку проведення електронних аукціонів з розподілу пропускної спроможності міждержавних електричних мереж: постанова Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері енергетики та комунальних послуг України від 12.02.2015 № 176 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1668-14#Text (втратив чинність).

[25] Національний класифікатор України: Класифікатор професій України ДК 003:2010 від 28.07.2010 № 327 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text

Більшість нормативно-правових актів визначають поняття ліцитатора як ведучого аукціону, який володіє технікою його проведення та знає відповідний порядок. Однак у чинному законодавстві відсутній єдиний підхід до вимог до ліцитатора.

Відповідно до п. 2 Порядку продажу у 2010 році земельних ділянок несільськогосподарського призначення на земельних торгах, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 02.09.2010 № 805, зазначено, що ліцитатором може бути лише фізична особа[26].

Поряд із цим, згідно з наказом Державного комітету із земельних ресурсів України «Про забезпечення здійснення підготовки ліцитаторів» від 24.12.2012 № 669, з 2013 року було впроваджено здійснення фахової підготовки ліцитаторів, яка реалізовується вищими навчальними закладами на підставі угоди із зазначеним органом державної влади [52, с. 2]. У підсумку відповідного навчання усі претенденти складають іспит, за результатами якого отримують кваліфікаційне свідоцтво ліцитатора, що, в свою чергу, робить діяльність аукціоніста професійною.

Продавцем є особа, яка ініціює реалізації майна на аукціоні. Відповідно до Закону України «Про захист прав споживачів» продавцем є суб'єкт господарювання, який, згідно з договором, реалізує споживачеві товари або пропонує їх до реалізації[27].

Загальними вимогами до продавців є положення:

– наявність права на розпорядження товаром, який пропонується на аукціоні. Це право може виходити з права власності (для суб'єктів господарювання) або заснованого на законі права розпорядження відповідним майном (для органів державної влади);

---

[26] Про затвердження Порядку продажу у 2010 році земельних ділянок несільськогосподарського призначення на земельних торгах: постанова Кабінету Міністрів України від 02.09.2010 № 805 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/805-2010-%D0%BF#Text

[27] Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text

– отримання підтвердження допуску до аукціону.

Так, можемо виокремити дві ознаки, характерні для продавця:

– наявність заснованого на законі права на розпорядження товаром, що пропонується на аукціоні;

– відповідність спеціальним вимогам, які ставляться законодавством, що підтверджується отриманням у встановленому порядку допуску до участі в аукціоні.

Покупці (претенденти) – це учасники аукціонних правовідносин, які змагаються за право укласти договір купівлі-продажу товару, що пропонується на аукціоні. За загальним правилом, покупцями можуть бути суб'єкти господарювання – юридичні особи та фізичні особи-підприємці.

Поряд із тим галузеві нормативно-правові акти можуть встановлювати і певні спеціальні вимоги до осіб, які мають намір взяти участь в аукціонній купівлі-продажу певного виду товарів як покупців. Наприклад, учасниками аукціонів щодо доступу до пропускної спроможності міждержавних електричних мереж України для експорту електричної енергії можуть бути виключно суб'єкти господарювання, які мають ліцензію на здійснення діяльності з постачання електричної енергії, є членами Оптового ринку електричної енергії України, перебувають у договірних відносинах з оптовим постачальником електричної енергії України, не мають простроченої заборгованості за електричну енергію та уклали і погодили із системним оператором у частині технічного забезпечення зовнішньоекономічні контракти на поставку електричної енергії, строк дії яких не повинен бути меншим ніж період, на який учасник планує отримати право доступу до міждержавних електричних мереж України.

Законодавством задля забезпечення конкурентного змагання за лот передбачено мінімальну кількість учасників-покупців, які змагаються за лот – не менше двох осіб.

За загальним правилом, право участі в аукціонах як покупця (претендента) мають лише суб'єкти господарювання-резиденти

України. Поряд із тим, згідно зі ст. 392 ГК України, іноземні інвестори мають право здійснювати всі види інвестицій, зазначені у ст. 391 цього Кодексу, у т. ч. в таких формах, як придбання безпосередньо нерухомого або рухомого майна, що не заборонено законами України, або придбання акцій чи інших цінних паперів; придбання самостійно або за участі громадян чи вітчизняних юридичних осіб прав користування землею та використання природних ресурсів на території України[28].

Реєстрація покупців здійснюється організатором аукціону, який веде прийом заяв на участь у торгах. Відповідно до деяких нормативно-правових актів претендент-покупець повинен сплатити гарантійний внесок та суму реєстраційного збору.

Гарантійним внеском є сума коштів у відсотках від початкової ціни лота або твердій сумі. Так, для участі в аукціоні з реалізації майна, яке перебуває в податковій заставі, гарантійний внесок встановлено у 10 відсотків від початкової вартості предмета аукціонного продажу[29], у біржовому аукціоні з продажу енергоресурсів – 5 відсотків від заявленого обсягу закупівлі[30].

Гарантійний внесок використовується як завдаток при розрахунках між продавцем та покупцем-переможцем шляхом вирахування з аукціонної ціни. Покупці, які не здобули перемогу в торгах, мають право на повернення гарантійного внеску після завершення аукціону. Також завдяки гарантійному внеску відбувається визначення реальної мети участі особи в аукціоні.

---

[28] Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text

[29] Про затвердження Положення про порядок проведення аукціонів (публічних торгів) з реалізації заставленого майна: постанова Кабінету Міністрів України від 22.12.1997 № 1448 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1448-97-%D0%BF#Text

[30] Про порядок забезпечення природним газом народного господарства і населення у 1999 році: постанова Кабінету Міністрів України від 15.12.1998 № 1978 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1978-98-%D0%BF#Text

Питання реєстраційного збору вирішує організатор аукціону. Законодавство України не встановлює конкретної суми збору, однак визначає його граничний розмір – не більш одного неоподаткованого мінімуму доходів громадян. Реєстраційний збір перераховується на рахунок організатора аукціону і, на відміну від гарантійного внеску, не підлягає поверненню.

Таким чином, проаналізувавши вищенаведене, можна дійти висновку, що учасниками правовідносин з аукціонної купівлі-продажу товарів є суб'єкти господарювання, об'єднані спільною метою укладання відповідного договору з тим, хто запропонував найкращу ціну за лот. За характером зв'язку дій, які ними вчиняються, вони класифікуються на тих, що здійснюють організаційно-господарські повноваження (організатор аукціону та ліцитатор), і тих, які беруть безпосередню участь у торгах (продавець та покупець).

2.3. Нормативно-правове забезпечення аукціонної торгівлі

Аукціонна купівля-продаж товарів є актуальним способом торгівлі для багатьох країн світу.

Перші аукціони в незалежній Україні були проведені на валютному ринку відповідно до Тимчасових правил проведення валютних аукціонів Національного банку України, затверджених постановою Національного банку України від 03.03.1994 № 7-94[31].

Однак через надмірність директивних методів управління торги того часу не були аукціонами у традиційному розумінні. Так, Правилами передбачалося обмеження кола учасників лише Національним банком України (продавець) та уповноваженими

[31] Тимчасові правила проведення валютних аукціонів Національного банку України: постанова Національного банку України від 03.03.1994 № 7-94 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v8-94500-94#Text

комерційними банками (покупці); розмір пропозиції валюти визначався на підставі попередніх обґрунтованих заявок, які отримував банк від своїх клієнтів (за умови, що мета використання валютних коштів, що зазначена в обґрунтуванні заявки, відповідає законодавству); покупці обмежувалися у праві використовувати власні кошти (крім придбання валюти для здійснення поточних платежів).

З плином часу аукціони стали застосовуватись у сфері реалізації товарів. Спочатку це стосувалося лише заставленого майна, на яке, згідно із законодавством, звернено стягнення в рамках виконавчого провадження. Регулювалась аукціонна купівля-продаж таких товарів постановою Кабінету Міністрів України від 22.12.1997 № 1448 «Про затвердження Положення про порядок проведення аукціонів (публічних торгів) з реалізації заставленого майна»[32].

Організація даних аукціонів була більше схожа на сучасні аукціони, оскільки було впроваджено процесуальну фігуру ліцитатора; встановлено організаційний внесок для осіб, які бажають взяти участь в аукціоні як покупці; забезпечувалась змагальність покупців шляхом встановлення їх мінімальної кількості (не менше двох). Окремо впроваджувались механізми, що визначали ринкову ціну лота, що, в свою чергу, забезпечувало здійснення засади справедливої реалізації товару. Початкова ціна лоту визначалась на основі оцінки кваліфікованого експерта, а остаточна ціна може бути вища або нижча за початкову.

Згідно з п. 11 Порядку проведення аукціонів (публічних торгів) з реалізації заставленого майна: «у разі зміни ціни в бік збільшення кожна наступна ціна, запропонована покупцями на аукціоні, повинна перевищувати попередню не менше ніж на 10 відсотків. Якщо протягом трьох хвилин після оголошення

[32] Про затвердження Положення про порядок проведення аукціонів (публічних торгів) з реалізації заставленого майна: постанова Кабінету Міністрів України від 22.12.1997 № 1448 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1448-97-%D0%BF#Text

останньої ціни не буде запропоновано вищої ціни, ліцитатор одночасно з ударом молотка оголошує про придбання майна особою, яка запропонувала найвищу ціну. Зменшення ціни здійснюється в разі, коли протягом трьох хвилин після оголошення початкової ціни реалізації покупці не висловлюють бажання придбати майно за цією ціною»[33]. У такому разі ліцитатор має право знизити її до рівня ціни, що задовольняє вимоги заставодержателя, передбачені ст. 19 Закону України «Про заставу». Якщо ж і після такого зниження ціни немає бажаючих придбати майно, то аукціон припиняється.

Поряд із розвитком суспільних відносин набула розповсюдження аукціонна купівля-продаж товарів й в інших сферах.

Зокрема, постановою Кабінету Міністрів України від 15.12.1998 № 1978 «Про порядок забезпечення природним газом народного господарства і населення у 1999 році» зазначено, що: «аукціон є основною організаційною формою продажу природного газу для суб'єктів господарювання, яка застосовується як альтернатива прямим договорам, у т. ч. укладеним на товарних біржах. Водночас, для бюджетних організацій і установ, що фінансуються з місцевих бюджетів, а також підприємств теплоенергетики та котелень промислових підприємств, які відпускають теплову енергію, аукціон визначено єдиною формою придбання природного газу»[34].

Також на постійній основі впроваджено аукціонну купівлю-продаж товарів на ринку енергетичних ресурсів. Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 04.04.2000 № 599 «Про запровадження аукціонів з продажу нафти, газового

[33] Про затвердження Положення про порядок проведення аукціонів (публічних торгів) з реалізації заставленого майна: постанова Кабінету Міністрів України від 22.12.1997 № 1448 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1448-97-%D0%BF#Text

[34] Про порядок забезпечення природним газом народного господарства і населення у 1999 році: постанова Кабінету Міністрів України від 15.12.1998 № 1978 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1978-98-%D0%BF#Text

конденсату, природного, скрапленого газу та вугілля» встановлювалось обов'язкове проведення аукціонів з продажу нафти, газового конденсату, скрапленого газу та вугілля, починаючи з 01.05.2000, а природного газу – з 20.12.2006[35]. Нині порядок проведення аукціонів у цій сфері визначається постановою Кабінету Міністрів України від 16.10.2014 № 570 «Про організацію та проведення біржових аукціонів з продажу нафти сирої, газового конденсату власного видобутку»[36].

Окремої уваги заслуговує розвиток аграрного ринку. Так, задля поліпшення умов надійного ресурсного забезпечення та реалізації сільськогосподарської продукції та продовольства було запроваджено аукціони із продажу живої худоби та птиці. Основні положення проведення таких аукціонів містяться у наказі Міністерства аграрної політики та продовольства України від 05.06.2002 № 153/44 «Про затвердження Положення про організацію та проведення аукціонів живої худоби та птиці»[37].

Поширеними в Україні є і земельні торги. Відповідно до норм Земельного кодексу України (далі – ЗК України) встановлено обов'язковість застосування аукціонної форми продажу земельних ділянок, що перебувають у державній та комунальній власності[38].

---

[35] Про запровадження аукціонів з продажу нафти, газового конденсату, природного, скрапленого газу та вугілля: постанова Кабінету Міністрів України від 04.04.2000 № 599 // БД «ЗаконодавствоУкраїни» / ВР України.URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/599-2000-%D0%BF#Text (втратив чинність).

[36] Про організацію та проведення біржових аукціонів з продажу нафти сирої, газового конденсату власного видобутку: постанова Кабінету Міністрів України від 16.10.2014. № 570 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/570-2014-%D0%BF#Text

[37] Про затвердження Положення про організацію та проведення аукціонів живої худоби та птиці: наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 05.06.2002 № 153/44 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0653-02#Text

[38] Земельний кодекс України: Закон України від 25.10.2001 № 2768-III // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14#Text

Варто зазначити, що законодавство України передбачає проведення аукціонів у різних сферах суспільного життя, а саме у державних закупівлях, приватизації майна державних та комунальних підприємств, у т. ч. малої приватизації, цільових аукціонів з продажу майна, що перебуває в податковій заставі, митних аукціонів з продажу товарів, які були вилучені митницею та зберігаються нею тощо.

Суб'єкти господарювання при вирішенні спірних питань щодо правових основ аукціонної торгівлі в основному керуються загальними нормами ГК України із субсидіарним застосуванням до них приписів ЦК України. У разі необхідності додатково використовуються відомчі підзаконні акти. Таким чином, у зв'язку із суперечливістю правового регулювання існує відсутність єдиного підходу в судовій практиці, що ускладнює її використання як орієнтиру при розв'язанні неврегульованих або суперечливо врегульованих питань.

2.4. Господарські договірні відносини у сфері аукціонної торгівлі

Відповідно до ст. 185 ГК України до укладення господарських договорів на біржах, оптових ярмарках, публічних торгах застосовуються загальні правила укладення договорів на основі вільного волевиявлення з урахуванням нормативно-правових актів, якими регулюється діяльність відповідних бірж, ярмарків та публічних торгів. Такі правила містяться в стст. 179–182, 184 ГК.

За загальним правилом господарський договір – це будь-яка майнова угода, що регулює відносини між двома або більше сторонами та, як правило, містить договірні майнові зобов'язання сторін діяти певним чином. Зокрема, відповідно до п. 4 ст. 179 ГК при укладенні господарських договорів, сторони можуть визначати зміст договору на основі:

– вільного волевиявлення, коли сторони мають право погоджувати на свій розсуд будь-які умови договору, що не суперечать законодавству;

– примірного договору, рекомендованого органом управління суб'єктам господарювання для використання при укладенні ними договорів, коли сторони мають право за взаємною згодою змінювати окремі умови, передбачені примірним договором, або доповнювати його зміст;

– типового договору, затвердженого Кабінетом Міністрів України, чи у випадках, передбачених законом, іншим органом державної влади, коли сторони не можуть відступати від змісту типового договору, але мають право конкретизувати його умови;

– договору приєднання, запропонованого однією стороною для інших можливих суб'єктів, коли ці суб'єкти у разі вступу в договір не мають права наполягати на зміні його змісту.

На підставі ст. 180 ГК зміст господарського договору становлять умови договору, визначені угодою його сторін, спрямованою на встановлення, зміну або припинення господарських зобов'язань, як погоджені сторонами, так і ті, що приймаються ними як обов'язкові умови договору.

Так, відповідно до 2. ст. 180 ГК, господарський договір вважається укладеним, якщо між сторонами у передбачених законом порядку та формі досягнуто згоди щодо усіх його істотних умов. Істотними є умови, визнані такими за законом чи необхідні для договорів цього виду, а також умови, щодо яких на вимогу однієї із сторін повинна бути досягнута згода.

При укладенні господарського договору сторони зобов'язані у будь-якому разі погодити предмет, ціну та строк дії договору. Предметом у господарському договорі є найменування (номенклатура, асортимент) та кількість продукції (робіт, послуг), а також вимоги до їх якості. Вимоги щодо якості предмета договору визначаються відповідно до обов'язкових для сторін нормативних документів, а у разі їх відсутності – в договірному порядку, з додержанням умов, що забезпечують захист інтересів кінцевих споживачів товарів і послуг.

Ціна у господарському договорі визначається в порядку, встановленому цим Кодексом, іншими законами, актами Кабінету

Міністрів України. За згодою сторін у господарському договорі може бути передбачено доплати до встановленої ціни за продукцію (роботи, послуги) вищої якості або виконання робіт у скорочені строки порівняно з нормативними.

Строком дії господарського договору є час, впродовж якого існують господарські зобов'язання сторін, що виникли на основі цього договору. На зобов'язання, що виникли у сторін до укладення ними господарського договору, не поширюються умови укладеного договору, якщо договором не передбачено інше. Закінчення строку дії господарського договору не звільняє сторони від відповідальності за його порушення, що мало місце під час дії договору.

Крім вищезазначених істотних умов, сторони у господарському договорі з метою належного захисту у майбутньому прав і законних інтересів також зазначають[39]:

– порядок виконання та порядок передачі-приймання виконання;

– порядок та форми платежів;

– відповідальність за виконання (неналежне виконання) сторонами договірних зобов'язань;

– обставини, що виключають відповідальність сторін за невиконання (неналежне) виконання сторонами договірних зобов'язань (форс-мажор);

– способів забезпечення належного виконання договірних зобов'язань (застава, гарантія тощо);

– порядку розгляду спорів, що випливають з господарського договору, в т.ч. визначення юрисдикційного органу, а щодо зовнішньо-економічних контрактів – країни, законодавство якої застосовуватиметься під час розгляду спору.

Відповідно до ст. 181 Господарський договір за загальним правилом викладається у формі єдиного документа, підписаного

[39] Науково-практичний коментар Господарського кодексу України. Станом на 20 травня 2020 року / за заг. ред. Галунька В. В. Київ: Видавничий дім «Професіонал», 2020. 744 с.

сторонами. Допускається укладення господарських договорів у спрощений спосіб, тобто шляхом обміну листами, факсограмами, телеграмами, телефонограмами тощо, а також шляхом підтвердження прийняття до виконання замовлень, якщо законом не встановлено спеціальні вимоги до форми та порядку укладення цього виду договорів.

Разом з тим щодо укладання господарських договорів законодавцем можуть встановлюватися спеціальні правила. Наприклад, такі спеціальні правила діють при укладанні біржових угод (договорів), що називають біржовими операціями. Згідно зі ст. 15 Законом України «Про товарну біржу» біржовою операцією визнається угода, що відповідає сукупності зазначених нижче умов:

а) якщо вона являє собою купівлю-продаж, поставку та обмін товарів, допущених до обігу на товарній біржі;

б) якщо її учасниками є члени біржі;

в) якщо вона подана до реєстрації та зареєстрована на біржі не пізніше наступного за здійсненням угоди дня.

Угоди, зареєстровані на біржі, не підлягають нотаріальному посвідченню. А зміст біржової угоди (за винятком найменування товару, кількості, ціни, місця і строку виконання) не підлягає розголошенню. Цю інформацію може бути надано тільки на письмову вимогу судам, органам прокуратури, служби безпеки, внутрішніх справ та аудиторським організаціям у випадках, передбачених законодавством України. Правила біржової торгівлі і біржових торгів регламентовано ст. 281 ГК України.

Спеціальні правила придбання товарів, робіт та послуг для забезпечення потреб держави та територіальної громади встановлено також Законом України «Про публічні закупівлі». Згідно з пунктом 6 частини першої статті 1 цього Закону договір про закупівлю – це господарський договір, що укладається між замовником і учасником за результатами проведення процедури закупівлі / спрощеної закупівлі та передбачає платне надання послуг, виконання робіт або придбання товару.

Предметом закупівлі – є товари, роботи чи послуги, що закуповуються замовником у межах єдиної процедури закупівлі або в межах проведення спрощеної закупівлі, щодо яких учасникам дозволяється подавати тендерні пропозиції або пропозиції на переговорах (у разі застосування переговорної процедури закупівлі). Предмет закупівлі визначається замовником у порядку, встановленому уповноваженим органом, із застосуванням Єдиного закупівельного словника, затвердженого у встановленому законодавством порядку.

На практиці постає питання, як визначити орієнтовну вартість договору, адже укладання договору про надання послуг, виконання робіт із фізичною особою, що не зареєстрована як приватний підприємець, або особою, що здійснює незалежну професійну діяльність, тягне за собою низку податкових зобов'язань, зокрема утримання з виплаченої винагороди податку на доходи фізичних осіб, сплата єдиного соціального внеску, військового збору тощо. У таких випадках фахівці радять взяти до уваги усі свої витрати, наприклад не лише ціну договору, а й додаткові 22 % на сплату єдиного соціального внеску.

Для категорій замовників, передбачених ст. 2 та ст. 3 Закону України «Про державні закупівлі», придбання товарів, робіт і послуг до / без проведення процедур закупівель / спрощених закупівель, відповідно до вимог законодавства за статтею 164^{14} Кодексу України про адміністративні правопорушення (далі – КУпАП), тягне за собою накладення штрафу на службових (посадових), уповноважених осіб замовника в розмірі 1 500–3 000 НМД (25 500–51 000 грн). За ті самі дії, вчинені особою, яку протягом року було піддано адміністративному стягненню, – 3 000–5 000 НМД (51 000–85 000 грн). За це порушення стягнення може бути накладено судом протягом шести місяців з дня виявлення правопорушення, але не пізніше двох років з дня його вчинення (частина 3 статті 38 КУпАП). До того ж укладення договорів, які передбачають оплату замовником товарів, робіт і послуг до / без проведення процедур закупівель / спрощених закупівель,

визначених Законом, тягне за собою накладення штрафу на керівника підприємства, організації, установи в розмірі 2 000–10 000 НМД (34 000–170 000 грн) згідно зі статтею 164^{14} КУпАП.

Отже законодавство про публічні закупівлі має на меті забезпечення ефективного та прозорого здійснення закупівель, створення конкурентного середовища у сфері публічних закупівель, запобігання проявам корупції у цій сфері, розвиток добросовісної конкуренції.

Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення поняття аукціону.
2. Дайте визначення поняття редукціону.
3. Назвіть принципи роботи електронних торговельних майданчиків.
4. Хто може бути організатором електронних торговельних майданчиків.
5. У чому головна відмінність голландських аукціонів?
6. Яка інформація надається переможцю (покупцю) торгів після закінчення аукціону?
7. Вкажіть особливості проведення торгів у відкритому режимі.
8. Визначіть особливості проведення торгів у закритому режимі.
9. Для кого призначений функціонал аукціону?
10. Що означає поняття «час аукціону»?

ТЕМА 3
ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Поняття реклами та її види

Термін «реклама» походить від латинського *reclamare* – «голосно кричати» або «сповіщати» – так на базарах і площах Стародавньої Греції та Стародавнього Риму більше 2 000 років тому голосно викрикували і розхвалювали різні товари. Реклама в англійській мові позначається терміном *advertising*, що в перекладі з англійської означає повідомлення і тлумачиться як залучення уваги споживача до продукту (товару, послуги) і розповсюджується за допомогою закликів, пропозицій, рекомендацій придбати цей товар чи послугу.

Отже, можна дати таке узагальнене визначення реклами. Реклама – це розповсюдження в будь-якій формі інформації про особу, товари, послуги або суспільство, оплачена рекламодавцем з метою залучення уваги до об'єкта рекламування і збільшення збуту.

Згідно зі ст. 1 Закону України «Про рекламу» реклама – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.

Виходячи з визначень реклами, можна виділити її основні риси (ознаки):

1) платність;

2) неперсоніфікованість;

3) одностороння спрямованість рекламного звернення від продавця до покупця;

4) опосередкованість, тобто реклама передається через систему посередників (ЗМІ, різноманітні рекламоносії);

5) точно встановлено замовника (рекламодавця)[40].

---

[40] Хасан А. А. Реклама. Перспективні об'єкти розміщення. *Вісник ЖДТУ*. 2016. Серія економічні науки. № 2 (76). С. 84–90.

Відповідно до ст. 7 Закону України «Про рекламу» основними принципами реклами є: законність, точність, достовірність, використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди. Реклама не повинна підривати довіру суспільства до реклами та повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції, а також не повинна містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності.

Реклама завжди спрямована на споживача, у тому числі і потенційного, вона має на меті сповістити його різними способами про нові товари та послуги та їх споживчі властивості. Цілі рекламної діяльності повинні бути чітко встановлені, виражені кількісно та визначено термінами, що дозволить контролювати ефективність рекламних заходів. Вони можуть змінюватися у зв'язку з проходженням товару його «життєвого» циклу:

– на стадії впровадження – інформування покупця про новинки;

– на стадії зростання – розвиток попиту;

– на стадії зрілості – нагадування про фірму, товари, знижки, розпродажі.

Цілі реклами можуть бути різними: представлення нового продукту, вихід на новий ринок, розширення знань споживачів про способи можливого використання продукту, створення сприятливого враження про фірмову марку, активізація попиту, інформація про зміни умов продажів тощо.

Основні завдання реклами можна згрупувати таким чином:

1) престижні, які проявляються у формуванні образу товару та іміджу фірми;

2) комерційні завдання, до яких належать стимулювання продажу (збуту), пошук вигідних партнерів.

Функції реклами:

– економічна – реклама стимулює збут товару і сприяє зростанню прибутку, прискоренню процесу купівлі-продажу.

– освітня (інформаційна) функція – реклама виступає як засіб навчання: споживач не тільки дізнається про товари і послуги, але і відкриває для себе способи вдосконалення життя.

– комунікативна – за допомогою опитувань і анкет, аналізу ринкових процесів і внутрішньофірмових досліджень підтримується зворотний зв'язок фірми (підприємства) з ринком і споживачем.

– контролююча – контролює процеси формування переваг груп споживачів щодо різних товарів.

– управління попитом (маркетингова) – використовуючи можливості спрямованого впливу на споживача, реклама не тільки формує попит, а й керує ним за допомогою зменшення або збільшення обсягу рекламної інформації та складання графіків її подачі.

– громадська (соціальна) – за допомогою реклами передається повідомлення, адресоване безлічі осіб, які пропагує будь-яке позитивне явище, подія, заклик, нагадує про ювілейну дату в житті суспільства, попереджає про негативні наслідки певних подій і т.д.

– стимулююча функція – нагадування, спонукання до покупки, встановлення контактів тощо.

– психологічна функція – вплив на емоційні і розумові процеси, на формування та розвиток потреб, на почуття самооцінки, престижу, погляди й уподобання споживачів, їх устремління[41].

Закон України «Про рекламу» виділяє такі види реклами:

– внутрішня реклама – реклама, що розміщується всередині будинків, споруд, у тому числі в кінотеатрах і театрах під час, до і після демонстрації кінофільмів та вистав, концертів, а також під час спортивних змагань, що проходять у закритих приміщеннях, крім місць торгівлі (у тому числі буфетів, кіосків, яток), де може розміщуватись інформація про товари, що безпосередньо в цих місцях продаються;

[41]Цілі, завдання та функції реклами. URL: http://marketing-helping.com/konspekti-lekcz/21-konspekt-lekczj-qosnovi-marketinguq/433-czl-zavdannya-ta-funkcz-reklami.html

– зовнішня реклама – реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях-рекламоносіях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг;

– недобросовісна реклама – реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження;

– політична реклама – інформація у будь-якому вигляді, поширена в будь-якій формі, яка має на меті популяризацію діяльності політичної партії (організації партії), привернення уваги до діяльності політичної партії (організації партії) та її позиції щодо питань загальнодержавного (місцевого) значення. До політичної реклами належать також використання символіки або логотипів політичних партій (організацій партій), повідомлення про підтримку політичною партією (організацією партії) видовищних чи інших публічних заходів або привернення уваги до участі у таких заходах політичної партії (організації партії);

– порівняльна реклама – реклама, яка містить порівняння з іншими особами та/або товарами іншої особи;

– прихована реклама – інформація про особу чи товар у програмі, передачі, публікації, якщо така інформація слугує рекламним цілям і може вводити в оману осіб щодо дійсної мети таких програм, передач, публікацій;

– реклама на транспорті – реклама, що розміщується на території підприємств транспорту загального користування, метрополітену, зовнішній та внутрішній поверхнях транспортних засобів та споруд підприємств транспорту загального користування і метрополітену;

– соціальна реклама – інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення

суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку.

Рекламний процес у загальному вигляді можна подати так: рекламодавці використовують рекламних посередників, які через засоби поширення реклами доводять їх звернення до потенційних споживачів.

Отже, реклама – це специфічний спосіб існування комунікації, сполучення рекламодавців і розповсюджувачів реклами з масовою аудиторією з метою короткострокового або тривалого часового впливу на неї для досягнення певного ефекту.

3.2. Правовий статус учасників рекламних правовідносин

Однією з характерних особливостей правовідносин у сфері реклами також є її складний суб'єктний склад. При цьому суб'єктами правовідносин є їх учасники (відповідно до ст. 1 Закону України «Про рекламу»):

– замовник (рекламодавець) – особа, яка є замовником реклами для її виробництва та/або розповсюдження;

– виробник – особа, яка повністю або частково здійснює виробництво реклами;

– розповсюджувач (розміщувач) – особа, яка здійснює розповсюдження реклами.

Окремо законодавець виділяє споживачів реклами – невизначене коло осіб, на яких спрямовується реклама, та державу – в особі контролюючих органів.

Варто детальніше проаналізувати окремі категорії учасників рекламних правовідносин. Найбільш дискусійним є статус виробника реклами. Оскільки виробництво реклами процес комплексний, то категорію «виробник» необхідно диференціювати. З огляду на це варто розділяти творця, або автора реклами, та безпосередньо виробника, тобто особу, що бере на себе технічне виконання та/або фізичне відтворення об'єкта реклами.

При цьому виробник і творець (автор) реклами можуть у разі випадків співпадати, так само як і розповсюджувач / виробник. Це розділення вимагає чіткого розуміння категорії творець / автор[42].

Такий статус є предметом регулювання права інтелектуальної власності, яке, у свою чергу, є складовою цивільних інформаційних правовідносин. Відповідно, варто звернутись до теорії суб'єктів інформаційних відносин.

Так, до першої категорії суб'єктів інформаційних відносин О. В. Кохановська відносить автора чи творця (особу, творчою працею якої створюються твори, автори результату творчої праці). При цьому зазначається, що суб'єктом творчої діяльності може бути тільки людина або група (колектив) людей за умови їх персонального творчого внеску, а суб'єктом авторських відносин – можуть бути як автор твору, так й інші фізичні та юридичні особи, для яких право може виникати в силу закону, договору або спадкування. Для визнання особи суб'єктом авторського права в сфері інформаційних відносин непотрібна будь-яка реєстрація твору. На визнання творця суб'єктом не впливає й те, що твір створено ним у порядку виконання службового завдання. У цьому випадку може бути встановлений інший порядок використання твору й обмежені права автора на винагороду[43].

Відповідно, у низці випадків можемо виділити: творця / автора реклами – особу, що є автором концептуальної ідеї реклами та реалізувала її в оригінал-макеті, кресленні чи детальному технічному завданні; технічного виробника реклами – технічного спеціаліста чи групу осіб, що на основі матеріалів творця / автора виготовлює кінцевий рекламний продукт. У цьому випадку у ролі творця може виступати і замовник, але за

---

[42] Воєводін Б. Суб'єктний склад правовідносин у сфері реклами (цивільно-правовий аспект). Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. *Юридичні науки 94/2012*. С. 49–54

[43] Кохановська О. В. Правове регулювання у сфері інформаційних відносин: монографія. К.: Національна академія внутрішніх справ України, 2001. 212, [101] с.

загальним правилом творець та виробник представляють одну юридичну особу – виробника реклами, який за дорученням рекламодавця може залучати рекламних посередників.

Рекламні посередники – незалежні підприємства (рекламні агентства, рекламні агенти), що займаються розробкою рекламної кампанії, виробництвом рекламної продукції та/або її розміщенням у засобах поширення рекламної інформації.

Також поширеними є випадки поєднання статусу виробника та розповсюджувача в одній особі – у разі надання комплексних рекламних послуг «під ключ». Рекламодавці, як учасники рекламних правовідносин, – організації та фірми, приватні особи, які є ініціаторами рекламного процесу і, як правило, оплачують його. Основними функціями рекламодавця є визначення об'єкта реклами і особливостей його рекламування; розробка рекламного бюджету; формулювання цілей і завдань рекламних заходів (рекламної кампанії); підготовка вихідних текстів з акцентуванням на головних перевагах і особливостях рекламованого об'єкта; підготовка та укладання договорів з рекламним агентством про створення рекламних матеріалів і розміщення реклами у засобах розповсюдження реклами; надання допомоги виконавцю реклами в ході розробки рекламної кампанії; оплата виконаних робіт;

– засоби поширення реклами – фізичні або юридичні особи, які надають місце і час для рекламних звернень з метою донесення їх до цільової аудиторії;

– споживачі реклами – фізичні або юридичні особи, до яких доводиться рекламна інформація.

У сфері рекламної діяльності спеціальними суб'єктами контролю, як визначено ст. 26 Закону України «Про рекламу», є такі органи державної влади:

– спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів (Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів) – щодо захисту прав споживачів реклами;

– Антимонопольний комітет України – щодо дотримання законодавства про захист економічної конкуренції;

– Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення – щодо телерадіоорганізацій усіх форм власності;

– центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну бюджетну політику у сфері управління державним боргом та гарантованим державою боргом (Агентство з управління державним боргом України) – щодо реклами державних цінних паперів;

– Національний банк України – щодо реклами на ринках фінансових послуг (у тому числі споживчого кредиту), крім фондового ринку;

– Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку – щодо реклами на фондовому ринку;

– центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сферах будівництва, архітектури (Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України) – щодо спорудження житлового будинку;

– центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику з питань державного нагляду та контролю за дотриманням законодавства про зайнятість населення (Державна служба України з питань праці) – щодо реклами про вакансії (прийом на роботу).

3.3. Нормативно-правове забезпечення рекламної діяльності

Сучасна реклама, що вже давно вийшла за межі функцій тільки двигуна торгівлі, стала багатофункціональною. Вона суттєво впливає на всі сфери життя. У першу чергу, це важлива складова реформування економіки, демократизації суспільства, а також можливість створення образу країни з високою діловою репутацією. Реклама, що привернула до себе увагу тільки в останні роки, сьогодні стає більш масштабнішою. А це означає, що рекламодавці та розповсюджувачі реклами, як і всі ті, хто має

до неї відношення, повинні відчувати відповідальність перед споживачем щодо забезпечення його професійною рекламою.

В Україні вже розроблено досить розгалужену систему законодавчих актів регулювання реклами. Рекламне законодавство і надалі має бути спрямоване, в першу чергу, на захист особистих конституційних прав людини – споживача, суспільних інтересів, а також інтересів учасників рекламного процесу, у тому числі і суб'єктів рекламного бізнесу.

Варто наголосити на тому, що з 1991 року українське законодавство регулювало рекламу насамперед фрагментарно та хаотично. До таких нормативно-правових актів належали Конституція України, Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, закони України «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про захист прав споживачів», «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» (втратив чинність), «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про Антимонопольний комітет України», «Про телебачення й радіомовлення». Проте важливість рекламних відносин як об'єкта правового регулювання вимагала прийняття відповідного закону.

Закон України «Про рекламу» – основний нормативно-правовий акт, що регулює рекламну діяльність. Із його прийняттям було фактично сформовано правову основу регулювання реклами в Україні. У цьому нормативному акті об'єднано норми різних галузей права, включаючи державне, адміністративне, цивільне, господарське право. Комплексний характер цього Закону пояснюється тим, що рекламна діяльність, як один із різновидів підприємницької діяльності, має багатоаспектний характер і тому є об'єктом комплексного правового регулювання.

Загальні положення про захист інтересів учасників рекламного процесу знаходимо також у законах України: «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про захист економічної конкуренції», «Про авторське право і суміжні права» та низці інших.

Підзаконні нормативні акти, що прийняті на виконання Закону «Про рекламу», конкретизують процедуру здійснення рекламної діяльності, містять порядок захисту прав та законних інтересів учасників рекламних відносин та визначають коло та обов'язки спеціально уповноважених державних органів. Норми правозастосування щодо врегулювання спірних відносин та в частині рекомендацій містять також рішення Конституційного Суду України, Верховного Суду.

Проаналізувавши все вищезазначене, можна нормативно-правові акти, що складають систему чинного законодавства України щодо регулювання рекламної діяльності, поділити на загальні та спеціальні.

До загальних нормативно-правових актів відносять:

– нормативні акти, які закріплюють вимоги щодо форми самої реклами;

– нормативні акти, якими встановлюються заходи юридичного впливу на порушників даних вимог;

– нормативні акти, які містять вимоги щодо змісту реклами стосовно споживача, виробника, замовника реклами та визначають правовий статус даних суб'єктів;

– нормативні акти, якими визначається система органів, що наділені контрольними повноваженнями щодо дотримання законодавства про рекламу.

До спеціальних нормативно-правових актів відносять:

– нормативно-правові акти, що регламентують загальні питання рекламної діяльності як специфічного, самостійного виду підприємницької діяльності і покликані регулювати не лише відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами, але відносини, безпосередньо не пов'язані з рекламою. Такими є Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, закони України «Про авторське право і суміжні права», «Про захист прав споживачів»;

– комплексні нормативні акти, що містять норми стосовно реклами. Це закони України «Про зовнішньоекономічну діяльність»,

«Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про захист економічної конкуренції» тощо;

– спеціальні нормативно-правові акти, що безпосередньо регулюють: а) певні напрями рекламної діяльності (закони України «Про рекламу», «Про обіг в Україні наркотичних засобів, їх аналогів і прекурсорів», «Про лікарські засоби», «Про антидопінговий контроль у спорті» та ін.); б) рекламну діяльність, що здійснюють спеціальні суб'єкти (закони України «Про державну реєстрацію друкованих ЗМІ, інформаційних агентств та розміри реєстраційних зборів», «Про недержавне пенсійне забезпечення» та ін.); в) визначені аспекти реклами (Типові правила розміщення зовнішньої реклами, Програма забезпечення безпеки дорожнього руху тощо).

Аналіз чинного законодавства України про рекламу дає підстави говорити про притаманну йому специфіку, що зумовлена предметом правового регулювання. До характерних ознак рекламного законодавства можна віднести: множинність джерел правового регулювання; перевага підзаконних нормативних актів порівняно із законами в механізмі правового регулювання, що зумовлено відсутністю регулювання істотних аспектів реклами в законах і призводить до правових конфліктів та колізій; значний динамізм, що породжує певну нестабільність як наслідок бурхливого розвитку рекламного законодавства в процесі його становлення; комплексний характер. Оскільки реклама – явище юридично неоднорідне, то нормативно-правові акти, що врегульовують рекламу, містять норми різних галузей права, як – адміністративного та фінансового, з одночасним застосуванням і диспозитивного, притаманного цивільному та господарському (приватному) праву, і імперативного, характерного для публічного права, принципів правового регулювання, залежно від конкретного змісту рекламних відносин.

3.4. Господарсько-договірні відносини у сфері реклами

Розміщення або поширення реклами являє собою здійснення відповідних фактичних або юридичних дій рекламістом, що і є саме наданням рекламних послуг у вузькому значенні, тобто предметом договірного зобов'язання з надання послуг.

Професійні учасники рекламної діяльності (рекламодавець, виробник реклами та її розповсюджувач), щоб забезпечити доведення реклами до споживача, повинні узгодити взаємні дії. Як інструментом, так і правовою формою цього процесу є договір, який дозволяє якнайповніше врахувати побажання кожної зі сторін, задовольнити їх майнові та немайнові інтереси, та надає гарантії виконання взятих на себе зобов'язань. Найчастіше відносини між учасниками рекламної діяльності ґрунтуються на договорі, використовуючи такі переваги договірного регулювання, як гнучкість у встановленні істотних та додаткових умов, відсутність суттєвих обмежень у предметі договору, можливість найоптимальнішого врахування інтересів сторін, послідовне дотримання принципу диспозитивності сторін.

Усі договори в рекламній діяльності можна розділити на дві групи: до першої належать договори, що регулюють виключно рекламні питання, а до другої – договори, де умови про рекламу поєднуються із основними умовами, що визначають тип цього договору. Умови про рекламу мають у таких договорах факультативний характер і суттєво різняться в кожному окремому випадку, і безумовно перетворюють такий договір на змішаний.

Варто зазначити, що на практиці не склалося єдиної назви для тих договорів, що опосередковують лише рекламні відносини. Зустрічаються такі варіанти, як договір на рекламне обслуговування, договір на виготовлення рекламної продукції, договір на надання рекламних послуг, договір на виготовлення та встановлення зовнішньої реклами і т.д., договір на проведення рекламної кампанії, що віддзеркалює складну структуру рекламного

договору, також свободу сторін у виборі виду договору, і тим самим ускладнює розуміння його правової природи.

Рекламні відносини можуть бути разовими або триваючими. Якщо між рекламістом – фізичною особою та рекламодавцем існує принципова домовленість – договір про співпрацю чи про надання послуг в разі потреби, і вона носить оплатний характер, то, швидше за все, матиме місце трудовий, а не цивільний договір. У випадку, коли домовленість не оплачується, а також якщо суб'єктами є юридичні особи або стосунки між рекламодавцем та рекламістом носять разовий характер, має місце цивільно-правовий договір.

Проте рекламний договір, на думку окремих дослідників, буде набувати ознак підприємницького, якщо його сторонами є юридичні або фізичні особи, зареєстровані як суб'єкти підприємницької діяльності, які, виконуючи договір, забезпечують здійснення ними зареєстрованого виду підприємницької діяльності[44].

Договір, як правило, містить загальний перелік робіт, які кредитор доручає боржнику, детально визначає порядок розрахунків між сторонами, визначає умови виникнення і переходу права власності на рекламу, перераховує підстави для припинення дії договору. Сторонами такого договору виступають рекламодавець, з одного боку, і рекламіст (виробник або розповсюджувач реклами) – з іншого.

Оскільки рекламісти виконують для своїх клієнтів різноманітні види завдань, починаючи від підготовчих і закінчуючи завершальним контролем за рекламою, за одними договорами рекламіст здійснює винятково виробництво реклами без встановлення і розміщення реклами в ЗМІ, приміщеннях, на вулицях, стендах, будівлях, виставках тощо. Таке виробництво, залежно від вимог рекламодавця, може полягати у виготовленні відеоролика, фільму, макета, плаката, графіки, стенда, листівки,

[44] Луць В. В. Контракти у підприємницькій діяльності. К.: Юрінком Інтер, 2001. 560 с.

буклета, креслення, іміджу, альбому тощо, які передаються рекламодавцю для самостійного використання у своїй господарській діяльності, тиражування і/або установки і розміщення. За іншими договорами рекламісти надають послуги рекламодавцям виключно із встановлення, іншого розміщення реклами у ЗМІ, приміщеннях, на вулицях, стендах, будівлях, виставках і/або безпосереднього розповсюдження. За договорами третьої групи рекламіст надає замовникам-рекламодавцям змішані послуги як з виробництва реклами, так і з установки, і розміщення, розповсюдження реклами.

Враховуючи суб'єктний склад рекламної діяльності, А. Статівка у своїй роботі визначає ознаку двосторонності договору у сфері рекламних відносин як наявність принаймні двох, а в деяких випадках трьох сторін у договорі, тобто тих суб'єктів зобов'язання, що мають самостійні цивільні права та обов'язки та несуть самостійну юридичну відповідальність за договором[45]. Але наявність у договорі трьох сторін призведе до одночасного укладання двох самостійних видів двосторонніх рекламних договорів: на виробництво та розповсюдження (розміщення) реклами.

Однак для завершення циклу руху реклами в суспільстві не обов'язково укладати один складений багатосторонній договір або два самостійних двосторонніх. Оскільки виробником реклами може бути сам рекламодавець, то з точки зору суб'єктного складу рекламних відносин він є «подвійним суб'єктом». Аналогічно, виробляти рекламу може те ж рекламне агентство, яке згодом буде здійснювати її розповсюдження, забезпечуючи поєднання виробника та розповсюджувача реклами в одній особі. Практика рекламної діяльності демонструє, що саме остання комбінація зустрічається найчастіше, очевидно тому «об'єднаний» суб'єкт реклами – «виробник реклами плюс розповсюджувач реклами» в рекламних договорах називається рекламістом.

---

[45] Стативка А. О договорах на оказание рекламных услуг аграрным производителям. *Гражданское право*. 1997. № 4. С. 11–14.

Перелік послуг і робіт, що пропонуються рекламістом, є істотною умовою договору. При укладенні договору рекламодавець вправі скористатися усім комплексом пропонованого рекламістом, або обрати лише частину; необхідним і достатнім для укладення окремого договору є досягнення згоди щодо виробництва або розповсюдження реклами як об'єкта договору. Рекламодавець спільно з виробником та розповсюджувачем реклами визначає мету, бажані проміжні та кінцеві результати, особливості реклами, може впливати на вибір виразних засобів реклами та технічних носіїв. При цьому рекламодавець зобов'язаний дотримуватись принципів рекламної діяльності, враховувати вимоги до реклами, визначені в Законі України «Про рекламу». Права й обов'язки сторін у договорі за своїм змістом характерні для договорів підряду і договорів про надання послуг.

Обране за договором визначає умову про ціну. Слід зазначити, законодавство не містить жодних визначених вказівок щодо ціни, яка у цьому договорі, як правило, складається за ринковими законами. Умова про ціну у рекламних договорах є істотною, якщо сторони це спеціально обумовлять, за інших обставин ця умова може і не визначатися, хоча договір буде вважатися укладеним і підлягатиме виконанню.

Строк як істотна умова договору встановлюється шляхом узгодження позицій сторін, інакше боржник буде не в змозі здійснити виконання належним чином. Основний строк дії договору може бути уточнений шляхом встановлення низки проміжних строків (строку виконання рекламістом окремої послуги чи її самостійного етапу; подання і затвердження зразків реклами тощо).

Законом окремо не передбачено спеціальних правил щодо форми такого договору, а тому договір укладається за загальними правилами про форму правочину (гл. 16, ст. 639 Цивільного кодексу України). Якщо договір укладається усно, то єдиним письмовим документом є рахунок (рахунок-фактура) на оплату рекламних робіт і послуг, який не може замінити повноцінного

договору, бо, як зазначають окремі дослідники: «є не лише разовим документом, але і тимчасовим (тобто має певний строк дії, зі спливом якого стає «недійсним»)»[46].

Слід зазначити, що письмова форма договору дозволяє якнайповніше закріпити не лише надання рекламних послуг, розміщення реклами, але і створення реклами.

Отже, можна зазначити, що рекламний договір – це договір, згідно якого одна сторона (рекламіст [розповсюджувач]) зобов'язується за завданням та за рахунок другої (рекламодавця) виготовити, розмістити чи розповсюдити рекламу, а рекламодавець зобов'язаний прийняти виконане та сплатити грошові кошти.

Це визначення дозволяє виділити основні особливості такого виду договору, а саме: казуальний, консенсуальний, двосторонній, оплатний, змішаний (містить елементи підрядних договорів) та об'єднує два самостійних договори: на створення реклами та про надання особливого виду рекламних послуг з розміщення чи розповсюдження реклами.

Договори на створення реклами. Процедура укладення договору на виробництво реклами є першим істотним кроком на шляху доведення змісту рекламного повідомлення до споживача. Ініціатором укладення такого договору, як правило, виступає рекламодавець, який обирає собі контрагента із безлічі можливих на ринку рекламних послуг та самостійно чи у співпраці з обраним виробником реклами визначає, який саме об'єкт треба рекламувати; визначає ступінь та особливості рекламування даного об'єкта. Слід зазначити, що окремі дії рекламодавець може вчинити до, інші після укладення договору. Особливо важливим є закріплення останніх у договорі у вигляді прав та обов'язків сторін.

Зауважимо, що чітко вираженою специфікою наділений предмет договору – створення реклами, яке є складним процесом,

[46] Мойсеенко Т. Документальное оформление отношений в сфере рекламы. *Новая бухгалтерия. Библиотека «Дебета-Кредита»*, 2005. С. 10–15.

що передбачає послідовне подолання кількох етапів. На першому (як правило переддоговірному) етапі проводиться збір інформації на підставі даних маркетингових досліджень, соціологічних характеристик потенційних споживачів, кон'юнктури ринку тощо. Потім визначається сам вид реклами, здійснюється вибір її форм і засобів, рекламної стратегії, її часових та територіальних меж, визначаються кошториси майбутньої рекламної кампанії. Дещо пізніше відбувається власне створення – творча розробка початкового змістового елементу, що спрямована на появу оригінальної рекламної ідеї. Як результат, ідея отримує бажане матеріальне втілення – відбувається виготовлення реклами в одиничному екземплярі, тобто закріплення рекламної ідеї на матеріальних носіях, що придатні до подальшого тиражування. Сторони визначаються з приводу технічного стану матеріального носія (зокрема матеріалів, які використовуються при його виготовленні, його розмірів, наявності освітлення тощо). Необхідність у п'ятому, факультативному, етапі визначається, виходячи з обраних способів подальшого розміщення реклами. На цьому етапі відбувається тиражування реклами за необхідними параметрами (площа, якість та тип відтворення, дані про носія, тираж), тобто виготовлення технічних носіїв реклами. Результатом завершення останнього етапу є передання готової реклами замовнику.

Договір на виробництво реклами є правовою формою, що відображає всі етапи появи реклами. Визначаючи його предмет, сторони встановлюють вимоги до остаточних результатів кожного з етапів та окреслюють взаємні зусилля щодо кінцевого результату. Наявність чітко визначених послідовних етапів, кожен з яких залежить від попереднього, дає підстави для уподібнення договору на створення реклами до договору на виконання проєктних та пошукових робіт, як окремого виду договору підряду.

До подібних моментів можна віднести: 1) об'єктом, з позицій кінцевої мети рекламної діяльності, виступає – розповсюдження реклами; 2) об'єктом інтелектуальної власності виступає

результат договору на створення реклами, який може містити комерційну таємницю. Тому виробник реклами зобов'язаний вжити заходів щодо збереження конфіденційності.

Особливості предмета договору породжують специфіку правового статусу контрагентів. Окремі права та обов'язки сторін знайшли закріплення в нормах Закону України «Про рекламу». Рекламодавець зобов'язаний надати необхідну допомогу у підготовці вихідних матеріалів – визначити найважливіші параметри майбутньої реклами та надати необхідну для її створення точну та достовірну інформацію юридичного, технічного, економічного та іншого змісту, інакше виробник до роботи не приступає. Зокрема, замовник може передавати документи, що характеризують майбутні місця розміщення реклами (наприклад, фотографії, креслення, характеристики транспортного засобу, архітектурні прив'язки, схеми тощо). Усі необхідні інформаційні дані передаються в письмовому вигляді.

Договори на розміщення та розповсюдження реклами. Як завершальний крок розповсюдження реклами на шляху від рекламодавця до споживача включає два етапи: розміщення реклами у засобах масової інформації для подальшого розповсюдження (наприклад, розташування рекламного повідомлення на шпальтах газет, установка рекламного щита), та безпосереднє розповсюдження, що передбачає доведення змісту рекламного повідомлення, викладеного в тиражному екземплярі, до відома окремого споживача реклами визначеним у процесі планування рекламної кампанії способом.

Слушною з цього приводу видається думка О. Р. Шишки, який у своїй праці зазначає, що при розміщенні рекламної інформації використовується майно, а при її розповсюдженні вчиняються дії, не пов'язані з використанням майна[47].

У предметі договору, як правило, зазначається місце розташування майбутньої реклами та опис реклами (макет,

[47] Шишка О. Р. Договір на створення та розповсюдження реклами: дис. … к.ю.н. Харків, Нац. унів-т внутр. справ, 2005. 216 с.

матеріальний носій, реклама товару, особи тощо), яка повинна відповідати загальним принципам, загальним вимогам та спеціальним вимогам щодо реклами окремих видів товарів.

Для того щоб донести зміст реклами до широкого загалу, розповсюджувач реклами повинен мати у розпорядженні належну матеріально-технічну базу на праві власності чи аналогічних до неї речових прав. Однак переважна більшість відносин з розповсюдження реклами вимагає наявності правового зв'язку між рекламодавцем, власником майна та розповсюджувачем реклами, з укладенням договору.

Договір забезпечує обраний спосіб розповсюдження. Прямі договори між рекламодавцем та розповсюджувачем реклами укладаються вкрай рідко через те, що в процесі розміщення можлива множинність способів, суб'єктів та територій розповсюдження рекламних зразків одного рекламодавця. Не маючи змоги укладати низку договорів одночасно, він звертається до послуг представника – професійного посередника, що, працюючи на певній території, добре знає особливості ринку, володіє оперативною інформацією про потенційних партнерів, які цікавлять рекламодавця[48].

Отже, виникає дворівнева структура договірних зв'язків; на першому (внутрішньому) рівні рекламодавець укладає договір із професійним посередником, довіряючи йому власні повноваження; на другому (зовнішньому) – посередник укладає один, а частіше декілька однотипних чи відмінних за своєю природою договорів на розміщення (розповсюдження) реклами із безпосередніми розповсюджувачами (третіми особами), виступає в них стороною, самостійно виражає волю рекламодавця на їх укладення, набуває із цих договорів прав та обов'язків. Засіб масової інформації або інший контрагент за договорами зовнішнього рівня фактично є учасником рекламних відносин у стадії виконання договору, бо отримує делеговані рекламодавцем

[48]Мамчур Л .В. Правове регулювання реклами (цивілістичний аспект): дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. Л., 2006. 204 с.

повноваження щодо розпорядження рекламою. При цьому безпосередніх відносин між рекламодавцем та ЗМІ не виникає, вони можуть звернутися із претензіями лише до рекламіста.

Вартує уваги питання про те, договори якого саме рівня – зовнішнього чи внутрішнього – є первинними та істотними для рекламних відносин. Справа в тому, що в одному випадку укладення договору на розміщення реклами ініціює рекламодавець, він же шукає собі контрагента – рекламіста та зобов'язує його забезпечити розповсюдження реклами. В іншому випадку ініціатива може виходити від рекламного агентства або навіть від розповсюджувача реклами, наприклад, ЗМІ, власника майна, надавача послуг зв'язку тощо.

Специфікою договору є те, що рекламодавець може мати потребу в будь-який час з мотивів недоцільності подальшого виконання односторонньою заявою припинити дію договору, оплативши ту частину послуг, що вже надана; тоді як на вимогу рекламіста договір не може бути припинений без поважних на те причин. Вагомою причиною може визнаватися неможливість подальшого виконання договору або порушення договору іншою стороною. Встановлення нерівності сторін щодо одностороннього припинення дії договору зайвий раз свідчить про наявність у ньому елементів договору комісії.

Отже, з вищезазначеного можна зробити такий висновок: договір на надання рекламних послуг – це оплатний, консенсуальний, двосторонній договір, за яким одна сторона (рекламодавець) доручає іншій стороні (рекламісту) віднайти необхідних контрагентів і укласти договори на розповсюдження реклами та зобов'язується внести плату за надані послуги.

Питання для самоконтролю

1. Загальна характеристика способів захисту прав учасників рекламних відносин.
2. Договори на створення реклами.

3. Договори на розміщення та розповсюдження реклами.
4. Особливості діяльності рекламних агенцій.
5. Посередництво у сфері рекламної діяльності.
6. Поняття порівняльної реклами та її особливості.
7. Форми недобросовісної конкуренції у сфері реклами.
8. Особливості здійснення рекламної діяльності в мережі «Інтернет».
9. Відповідальність учасників рекламних відносин.

ТЕМА 4
КОНТРОЛЬ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ

4.1. Основні засади здійснення державного контролю (нагляду) у сфері торгівлі

Відповідно до ст. 1 «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» державний нагляд (контроль) – це діяльність уповноважених законом центральних органів виконавчої влади, їх територіальних органів, державних колегіальних органів, органів виконавчої влади Автономної Республіки Крим, місцевих державних адміністрацій, органів місцевого самоврядування (далі – органи державного нагляду (контролю) в межах повноважень, передбачених законом, щодо виявлення та запобігання порушенням вимог законодавства суб'єктами господарювання та забезпечення інтересів суспільства, зокрема належної якості продукції, робіт та послуг, допустимого рівня небезпеки для населення, навколишнього природного середовища.

До основних засад здійснення державного контролю (нагляду) (ст. 3 Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» відносять такі:

1) пріоритетності безпеки у питаннях життя і здоров'я людини, функціонування і розвитку суспільства, середовища проживання і життєдіяльності перед будь-якими іншими інтересами і цілями у сфері господарської діяльності;

2) рівності прав і законних інтересів усіх суб'єктів господарювання;

3) гарантування прав та законних інтересів кожного суб'єкта господарювання;

4) об'єктивності та неупередженості здійснення державного нагляду (контролю), неприпустимості проведення перевірок

суб'єктів господарювання за анонімними та іншими безпідставними заявами, а також невідворотності відповідальності осіб за здійснення державного нагляду (контролю) лише за наявності підстав та в порядку, визначених законом;

5) відкритості, прозорості, плановості й системності державного нагляду (контролю);

6) неприпустимості дублювання повноважень органів державного нагляду (контролю) та неприпустимості здійснення заходів державного нагляду (контролю) різними органами державного нагляду (контролю) з одного й того самого питання;

7) невтручання органу державного нагляду (контролю) у діяльність суб'єкта господарювання, якщо вона здійснюється в межах закону;

8) відповідальності органу державного нагляду (контролю) та його посадових осіб за шкоду, заподіяну суб'єкту господарювання внаслідок порушення вимог законодавства, порушення прав та законних інтересів суб'єкта господарювання;

9) презумпції правомірності діяльності суб'єкта господарювання у разі, якщо норма закону чи іншого нормативно-правового акта, виданого на підставі закону, або якщо норми різних законів чи різних нормативно-правових актів допускають неоднозначне (множинне) трактування прав та обов'язків суб'єкта господарювання та/або повноважень органу державного нагляду (контролю);

10) орієнтованості державного нагляду (контролю) на запобігання правопорушенням у сфері господарської діяльності.

Державний нагляд (контроль) здійснюється за місцем провадження господарської діяльності суб'єкта господарювання або його відокремлених підрозділів, або у приміщенні органу державного нагляду (контролю) у випадках, передбачених законом.

Виробництво (виготовлення) або реалізація продукції, виконання робіт, надання послуг суб'єктами господарювання можуть бути зупинені повністю або частково виключно за рішенням суду. Відновлення виробництва (виготовлення) або реалізації

продукції, виконання робіт, надання послуг суб'єктами господарювання після призупинення можливе з моменту отримання органом державного нагляду (контролю), який ініціював призупинення, повідомлення суб'єкта господарювання про усунення ним усіх встановлених судом порушень.

Посадовій особі органу державного нагляду (контролю) забороняється здійснювати державний нагляд (контроль) щодо суб'єктів господарювання, з якими (або із службовими особами яких) посадова особа перебуває в родинних стосунках, або в разі виникнення у неї конфлікту інтересів згідно із законодавством у сфері запобігання і протидії корупції.

У разі якщо норма закону чи іншого нормативно-правового акта, виданого на підставі закону, або якщо норми різних законів чи різних нормативно-правових актів допускають неоднозначне (множинне) трактування прав і обов'язків суб'єкта господарювання або повноважень органу державного нагляду (контролю), така норма трактується в інтересах суб'єкта господарювання.

Невиконання приписів, розпоряджень та інших розпорядчих документів органу державного нагляду (контролю) тягне за собою застосування штрафних санкцій до суб'єкта господарювання згідно із законом.

Посадові особи органу державного нагляду (контролю) з метою з'ясування обставин, які мають значення для повноти проведення заходу, здійснюють у межах повноважень, передбачених законом, огляд територій або приміщень, які використовуються для провадження господарської діяльності, а також будь-яких документів чи предметів, якщо це передбачено законом.

Під час проведення заходів державного нагляду (контролю) не допускається вилучення у суб'єктів господарювання оригіналів їхніх фінансово-господарських, бухгалтерських та інших документів, а також комп'ютерів, їх частин, крім випадків, передбачених кримінальним процесуальним законодавством.

Плановий чи позаплановий захід щодо суб'єкта господарювання – юридичної особи має здійснюватися у присутності

керівника або особи, уповноваженої керівником. Плановий чи позаплановий захід щодо фізичної особи-підприємця має здійснюватися за його присутності або за присутності уповноваженої ним особи.

Перед початком здійснення державного нагляду (контролю) посадова особа органу державного нагляду (контролю) вносить запис до журналу реєстрації заходів державного нагляду (контролю) (за наявності такого журналу у суб'єкта господарювання).

Діяльність органів державного нагляду (контролю), пов'язана зі збором інформації, метою якого є отримання відомостей про масові явища та процеси, що відбуваються у сфері господарської діяльності, не вважається заходами державного нагляду (контролю).

Під час та після здійснення державного нагляду (контролю) посадові особи органу державного нагляду (контролю) зобов'язані зберігати комерційну таємницю та конфіденційну інформацію суб'єкта господарювання.

Інформація, доступ до якої обмежено законом, одержана посадовою особою органу державного нагляду (контролю) під час здійснення державного нагляду (контролю), може використовуватися виключно в порядку, встановленому законом.

Органи державного нагляду (контролю) забезпечують спеціальний режим захисту та доступу до інформації, що є комерційною таємницею, згідно з вимогами закону.

При здійсненні заходів державного нагляду (контролю) посадові особи органів державного нагляду (контролю) зобов'язані використовувати виключно уніфіковані форми актів.

Суб'єкт господарювання під час здійснення державного нагляду (контролю) має право:

– бути поінформованим про свої права та обов'язки;

– вимагати від посадових осіб органу державного нагляду (контролю) додержання вимог законодавства;

– перевіряти наявність у посадових осіб органу державного нагляду (контролю) службового посвідчення та посвідчення

(направлення) і одержувати копію посвідчення (направлення) на проведення планового або позапланового заходу;

– не допускати посадових осіб органу державного нагляду (контролю) до здійснення державного нагляду (контролю), якщо:

– державний нагляд (контроль) здійснюється з порушенням передбачених законом вимог щодо періодичності проведення таких заходів;

– суб'єкт господарювання не одержав повідомлення про здійснення планового заходу державного нагляду (контролю) в порядку, передбаченому законодавством, а саме за 10 днів до початку контрольного заходу;

– посадова особа органу державного нагляду (контролю) не внесла запис про здійснення заходу державного нагляду (контролю) до журналу реєстрації заходів державного нагляду (контролю) (за наявності такого журналу в суб'єкта господарювання);

– тривалість планового заходу державного нагляду (контролю) або сумарна тривалість таких заходів протягом року перевищує граничну тривалість, а саме строк здійснення планового заходу не може перевищувати десяти робочих днів, а щодо суб'єктів мікро-, малого підприємництва – п'яти робочих днів. Продовження строку здійснення планового заходу не допускається. Сумарна тривалість усіх планових заходів, що здійснюються органами державного нагляду (контролю) протягом календарного року щодо суб'єкта господарювання (комплексного планового заходу), не може перевищувати тридцяти робочих днів, а щодо суб'єктів мікро-, малого підприємництва – п'ятнадцяти робочих днів.

– орган державного нагляду (контролю) здійснює повторний позаплановий захід державного нагляду (контролю) за тим самим фактом (фактами), що був (були) підставою для проведеного позапланового заходу державного нагляду (контролю);

– органом державного нагляду (контролю) не була затверджена та оприлюднена на власному офіційному веб-сайті

уніфікована форма акта, в якій передбачається перелік питань залежно від ступеня ризику;

– у передбачених законом випадках посадові особи не надали копію погодження центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у відповідній сфері державного нагляду (контролю), або відповідного державного колегіального органу на здійснення позапланового заходу державного нагляду (контролю);

– бути присутнім під час здійснення заходів державного нагляду (контролю), залучати під час здійснення таких заходів третіх осіб;

– вимагати нерозголошення інформації, що становить комерційну таємницю або є конфіденційною інформацією суб'єкта господарювання;

– одержувати та ознайомлюватися з актами державного нагляду (контролю);

– надавати органу державного нагляду (контролю) в письмовій формі свої пояснення, зауваження або заперечення до акта;

– оскаржувати в установленому законом порядку неправомірні дії органів державного нагляду (контролю) та їх посадових осіб;

– отримувати консультативну допомогу від органу державного нагляду (контролю) з метою запобігання порушенням під час здійснення заходів державного нагляду (контролю);

– вести журнал реєстрації заходів державного нагляду (контролю) та вимагати від посадових осіб органів державного нагляду (контролю) внесення до нього записів про здійснення таких заходів до початку їх проведення;

– вимагати припинення здійснення заходу державного нагляду (контролю) у разі:

• використання посадовими особами органу державного нагляду (контролю) неуніфікованих форм актів;

• з'ясування посадовими особами під час здійснення позапланового заходу державного нагляду (контролю) питань, інших

ніж ті, необхідність перевірки яких стала підставою для здійснення такого заходу.

Суб'єкт господарювання під час здійснення державного нагляду (контролю) зобов'язаний:

– допускати посадових осіб органу державного нагляду (контролю) до здійснення заходів державного нагляду (контролю) за умови дотримання ними порядку здійснення державного нагляду (контролю), передбаченого цим Законом;

– виконувати вимоги органу державного нагляду (контролю) щодо усунення виявлених порушень вимог законодавства;

– надавати документи, зразки продукції, пояснення в обсязі, який він вважає необхідним, довідки, відомості, матеріали з питань, що виникають під час державного нагляду (контролю), відповідно до закону;

– одержувати примірник акта та/або припису органу державного нагляду (контролю) за результатами здійсненого планового чи позапланового заходу.

До суб'єктів господарювання законодавцем передбачено таку відповідальність:

1) невиконання приписів, розпоряджень або інших розпорядчих документів щодо усунення порушень вимог законодавства, виявлених під час здійснення заходу державного нагляду (контролю), тягне за собою застосування до суб'єкта господарювання штрафних санкцій у порядку, встановленому законом[49];

2) у разі застосування санкцій за порушення вимог законодавства, зокрема, якщо законом передбачаються мінімальні та максимальні розміри санкцій, враховується принцип пропорційності порушення і покарання. Санкція, що застосовується до суб'єкта господарювання при першому порушенні, не може

[49] Про затвердження Порядку оформлення, вручення (надсилання) приписів у разі виявлення порушень земельного законодавства: наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 19.02.2013 № 104. *БД «Законодавство України»* / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0373-13#Text (втратив чинність).

бути вищою за мінімальну санкцію, передбачену відповідним законом;

3) у разі несплати суб'єктом господарювання застосованої до нього штрафної санкції за результатами здійснених заходів державного нагляду (контролю) протягом 15 календарних днів з дня вручення або направлення розпорядчого документа в порядку, передбаченому чинним законодавством, якщо розпорядчі документи не були оскаржені до органу державного нагляду (контролю) та/або в судовому порядку та залишені в силі, сума санкції стягується в судовому порядку;

4) суб'єкт господарювання, посадові особи суб'єкта господарювання – юридичної особи не несуть відповідальності за відмову надавати пояснення щодо діяльності суб'єкта господарювання.

Планові заходи здійснюються відповідно до річних планів, що затверджуються органом державного нагляду (контролю) не пізніше 1 грудня року, що передує плановому. Внесення змін до річних планів здійснення заходів державного нагляду (контролю) не допускається, крім випадків зміни найменування суб'єкта господарювання та виправлення технічних помилок. Плановим періодом вважається рік, який обчислюється з 1 січня по 31 грудня планового року. Плани здійснення заходів державного нагляду (контролю) на наступний плановий період повинні містити дати початку кожного планового заходу державного нагляду (контролю) та строки їх здійснення.

Протягом планового періоду здійснення більш як одного планового заходу державного нагляду (контролю) щодо одного суб'єкта господарювання одним і тим самим органом державного нагляду (контролю) не допускається. Органи державного нагляду (контролю) щороку визначають перелік суб'єктів господарювання, які підлягають плановим заходам державного нагляду (контролю) у плановому періоді, та не пізніше 15 жовтня року, що передує плановому, забезпечують внесення відомостей про таких суб'єктів господарювання до інтегрованої автоматизованої

системи державного нагляду (контролю) для автоматичного виявлення нею суб'єктів господарювання, які підлягають комплексним плановим заходам державного нагляду (контролю). Проєкт плану здійснення комплексних заходів державного нагляду (контролю) формується інтегрованою автоматизованою системою державного нагляду (контролю).

Залежно від ступеня ризику орган державного нагляду (контролю) визначає перелік питань для здійснення планових заходів, що затверджується наказом такого органу. Орган державного нагляду (контролю) оприлюднює критерії та періодичність проведення планових заходів із здійснення державного нагляду (контролю) шляхом розміщення на своєму офіційному веб-сайті у порядку, визначеному законодавством.

Планові заходи державного нагляду (контролю) здійснюються органом державного нагляду (контролю) за діяльністю суб'єктів господарювання, яка віднесена:

– до високого ступеня ризику – не частіше одного разу на два роки;

– до середнього ступеня ризику – не частіше одного разу на три роки;

– до незначного ступеня ризику – не частіше одного разу на п'ять років.

Уніфіковані форми актів з переліком питань затверджуються органом державного нагляду (контролю) та оприлюднюються на його офіційному веб-сайті протягом п'яти робочих днів з дня затвердження у порядку, визначеному законодавством. Виключно в межах переліку питань орган державного нагляду (контролю), залежно від цілей заходу та ступеня ризику, визначає питання, щодо яких буде здійснюватися державний нагляд (контроль), та зазначає їх у направленні на перевірку.

4.2. Державний ветеринарно-санітарний контроль

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про ветеринарну медицину»:

– державний ветеринарно-санітарний контроль – це функції, що виконуються державними ветеринарними інспекторами та полягають у постійному забезпеченні виконання встановлених чинним законодавством ветеринарно-санітарних заходів та технічних регламентів;

– державний ветеринарно-санітарний нагляд – це функції, що виконуються державними ветеринарними інспекторами і полягають у періодичній перевірці дотримання вимог чинного законодавства в галузі ветеринарної медицини.

Державний ветеринарно-санітарний контроль та нагляд на державному кордоні України та транспорті є обов'язковим у разі ввезення на митну територію України (також у випадках транзиту) об'єктів державного ветеринарно-санітарного контролю та нагляду всіма видами транспорту.

Відповідно до пп. 1, 6 ст. 18 Закону України «Про ветеринарну медицину» державний ветеринарно-санітарний контроль та нагляд на державному кордоні України та транспорті здійснюється регіональними службами державного ветеринарно-санітарного контролю та нагляду на державному кордоні України та транспорті, їх структурними підрозділами (пунктами). У пунктах пропуску через державний кордон України державний ветеринарно-санітарний контроль на державному кордоні України та транспорті об'єктів державного ветеринарно-санітарного контролю та нагляду, що ввозяться на митну територію України (у тому числі з метою транзиту), здійснюється митними органами у формі попереднього документального контролю.

У разі припинення попереднього документального контролю митними органами для здійснення державного ветеринарно-санітарного контролю залучається державний інспектор ветеринарної медицини.

Державний ветеринарно-санітарний контроль здійснюється державними ветеринарними інспекторами, тобто лікарем ветеринарної медицини, який працює в державній службі ветеринарної медицини або уповноважений Департаментом, або у разі якщо це лікар іноземної країни, – її ветеринарною адміністрацією, на здійснення інспектування товарів, потужностей (об'єктів), засобів ветеринарної медицини та супутніх об'єктів з метою захисту здоров'я людей та/або здоров'я тварин і за необхідності – сертифікації їх ветеринарно-санітарного стану згідно з вимогами відповідних міжнародних організацій та здійснення інших функцій державного ветеринарно-санітарного контролю та нагляду.

Об'єктами державного ветеринарно-санітарного контролю та нагляду є товари, потужності (об'єкти), засоби ветеринарної медицини, засоби догляду за тваринами та супутні об'єкти:

– товари – це тварини, продукти тваринного походження, репродуктивний матеріал, біологічні продукти, патологічний матеріал, ветеринарні препарати, субстанції;

– потужності – це будь-які споруда, комплекс споруд, приміщення, будівля або територія, включаючи обладнання, що використовується для розведення племінних тварин, вирощування, тренування, змагання, утримання, виставок (огляду), конкурсу, продажу, забою або вилову тварин; для виробництва та обігу неїстівних продуктів тваринного походження, ветеринарних препаратів, репродуктивного матеріалу тощо; для знищення туш або інших частин тварин;

– засоби ветеринарної медицини – це матеріали, обладнання, інструменти, спеціальні автомобілі та інші механізми і пристосування, призначені для використання у ветеринарній медицині;

– засоби догляду за тваринами – засоби, призначені для вирощування тварин та догляду за ними, що не мають лікувальної і профілактичної дії.

Відповідно до пп. 5, 6 Порядку пропуску вантажів, підконтрольних Службі державної ветеринарної медицини, через

державний кордон України, затвердженого наказом Головного державного інспектора ветеринарної медицини України від 27 грудня 1999 р. № 49 оформлення вантажів, підконтрольних службі державної ветеринарної медицини, в пункті пропуску на державному кордоні при ввезенні можливе лише за умови наявності оригіналу ветеринарного сертифіката, санітарного сертифіката країни-виробника, при виконанні ветеринарних вимог щодо імпорту в Україну вантажів, підконтрольних службі державної ветеринарної медицини.

Спеціаліст пункту державного ветеринарного контролю на державному кордоні та транспорті ставить штамп «Вивантаження та митне оформлення під прикордонним держветконтролем», номерну гербову печатку, підпис та дату (на ветеринарному сертифікаті, санітарному сертифікаті, митних деклараціях, товарно-транспортних накладних). Після цього транспортний засіб з вантажем може рухатись по території України до митниці призначення. У митниці призначення оформлення вантажів проводиться лише при наявності свідоцтва за формою Ф-2, яке видається спеціалістами структурних підрозділів регіональних служб державного ветеринарного контролю на державному кордоні та транспорті після проведення ветеринарно-санітарної експертизи у державній лабораторії ветеринарної медицини за місцем одержання вантажу.

При здійсненні ветеринарного контролю в разі виявлення невідповідності назви вантажу, вказаного в іноземному ветеринарному сертифікаті та санітарному сертифікаті, до фактичної, а також невідповідності характеристик якості продукції до вказаних, митному органу видається відповідний акт, на підставі якого вантаж підлягає поверненню відправнику. Митному органу для митного оформлення товарів, підконтрольних державній службі ветеринарної медицини, які вивозяться за межі держави, надаються міжнародні ветеринарні сертифікати, які видані державними інспекторами ветеринарної медицини або уповноваженими (офіційними) лікарями ветеринарної медицини.

Спеціалісти пункту державного ветеринарного контролю на державному кордоні та транспорті завіряють дані міжнародних ветеринарних сертифікатів номерною печаткою, особистим підписом та штампом «Експорт дозволено». У разі вивезення підконтрольних вантажів до країн СНД митне оформлення здійснюється на підставі ветеринарного свідоцтва (міжнародного ветеринарного сертифіката) та обов'язкової відмітки лікаря ветеринарної медицини пункту державного ветеринарного контролю на державному кордоні та транспорті у вигляді штампа «Експорт дозволено», номерної печатки та особистого підпису.

Правила заповнення, зберігання, списання ветеринарних документів та вимог до їх обліку затверджені наказом Міністерства аграрної політики та продовольства України від 1 серпня 2014 року № 288. Зокрема розділ ІІ містить правила заповнення ветеринарних документів.

Посадова особа при видачі ветеринарного документа засвідчує тільки те, у чому особисто переконана, або те, що підтверджується іншими ветеринарними документами встановленої форми, виданими ветеринарними фахівцями, що мають право на оформлення цих документів.

Ветеринарні документи, написані чорнилом різного кольору або неоднаковим почерком (крім підпису), а також такі, що мають виправлення, не мають підпису та/або печатки, дати видачі, вважаються недійсними.

Дозволяється заповнювати ветеринарний документ, його другий оригінал і корінець друкарськими пристроями або кульковою ручкою під копіювальний папір, підписуючи потім кожен заповнений бланк ветеринарного документа, його другий оригінал і корінець окремо. При заповненні ветеринарних документів допускається застосування абревіатури (скорочення), яка прийнята в Україні. Другий оригінал та корінець ветеринарного документа повинні містити оригінали підписів, відбитки печаток. Ветеринарні свідоцтва форм № 1 та № 2 заповнюються українською мовою та супроводжують товари, які вивозяться за

межі району (міста), при їх транспортуванні територією України. Ветеринарні свідоцтва форм № 1, № 2, № 3 СНД заповнюються російською мовою та супроводжують товари територією країн СНД. Міжнародні ветеринарні сертифікати заповнюють українською і англійською мовами та/або мовою країни-експортера (імпортера).

Ветеринарні документи дійсні для пред'явлення до відправлення протягом 5 днів і до кінця транспортування й строків реалізації товарів при дотриманні умов зберігання та правил перевезення.

При відправленні товарів чи при переміщенні тварин автомобільним транспортом ветеринарний документ передається водію (експедитору) як додаток до товарно-транспортних документів з подальшою передачею його одержувачу в пункті призначення.

При перевезенні товарів залізничним, водним і повітряним транспортом ветеринарні свідоцтва (форм № 1, № 2) оформляються комплектом: ветеринарне свідоцтво, його другий оригінал і корінець ветеринарного свідоцтва.

Ветеринарні документи видаються на підставі безпосереднього огляду об'єкта державного ветеринарно-санітарного контролю та нагляду.

При перевезенні товарів залізничним, водним або авіаційним транспортом другий оригінал ветеринарного свідоцтва видають старшому провіднику (погоничу), що супроводжує тварин (форма № 1), або кладуть разом з вантажем у вагон, трюм, багаж (форма № 2).

Ветеринарні документи підписуються державними інспекторами ветеринарної медицини або уповноваженими лікарями ветеринарної медицини та скріплюються печаткою державної установи ветеринарної медицини.

Після видачі відповідного ветеринарного документа заявнику або уповноваженій ним особі здійснюється відповідний запис у журналах реєстрації видачі ветеринарних документів, форми

яких затверджуються головним державним інспектором ветеринарної медицини України.

Особа, яка одержала ветеринарне свідоцтво, ставить свій підпис про його отримання на корінці.

Транзит через територію України здійснюється з урахуванням епізоотичного стану країн-експортерів за наявності ветеринарних сертифікатів державної ветеринарної служби країни-експортера. У разі транзиту вантажів, підконтрольних службі державної ветеринарної медицини, лікар ветеринарної медицини пункту держветконтролю після проведення держветконтролю в пунктах пропуску через державний кордон України на ветеринарних сертифікатах ставить штамп «Транзит дозволено».

Правила транзиту вантажів.

Транзит вантажів здійснюється відповідними автомобільними, залізничними, водними та повітряними шляхами сполучення, що пролягають через пункти пропуску через державний кордон України, визначені Кабінетом Міністрів України, з урахуванням принципу свободи транзиту та вимог міжнародних договорів України. Згідно зі ст. 6 Закону України «Про транзит вантажів» транзит вантажів супроводжується товарно-транспортною накладною, складеною мовою міжнародного спілкування. Залежно від обраного виду транспорту такою накладною може бути авіаційна вантажна накладна (Air Waybill), міжнародна автомобільна накладна (CMR), накладна УМВС (СМГС), накладна ЦІМ (CIM), накладна ЦІМ/УМВС (CIM/SMGS, ЦИМ/СМГС), коносамент (Bill of Lading).

Крім того, транзит вантажів може супроводжуватися (за наявності) рахунком-фактурою (Invoice) або іншим документом, що вказує вартість товару, пакувальним листком (специфікацією), вантажною відомістю (Cargo Manifest), книжкою МДП (Carnet TIR), книжкою АТА (Carnet АТА). При декларуванні транзитних вантажів відповідно до митного законодавства України до митних органів подається вантажна митна декларація (ВМД) або накладна УМВС (СМГС), накладна ЦІМ (CIM), накладна

ЦІМ/УМВС (CIM/SMGS, ЦИМ/СМГС), книжка МДП (Carnet TIR), книжка АТА (Carnet ATA), необхідні для здійснення митного контролю.

У разі транзиту вантажів залізничним транспортом до митних органів на дільницях, на які поширюється сфера застосування Конвенції про міжнародні залізничні перевезення (КОТІФ), подається накладна ЦІМ (CIM). У разі транзиту вантажів залізничним транспортом на інших дільницях до митних органів подається накладна УМВС (СМГС) або накладна ЦІМ/УМВС (CIM/SMGS, ЦИМ/СМГС), що містить відомості, необхідні для здійснення митного контролю.

У разі транзиту вантажів автомобільним транспортом до митних органів подається вантажна митна декларація (ВМД) або книжка МДП (Carnet TIR).

Декларування транзиту вантажів, що переміщуються авіаційним транспортом, здійснюється за авіаційною вантажною накладною (Air Waybill) та/або вантажною відомістю (Cargo Manifest) з поданням митним органам двантажної митної декларації. У разі транзиту вантажу в межах одного пункту пропуску вантажна митна декларація не подається.

Декларування транзитних вантажів, що переміщуються морським і річковим транспортом, відповідно до вимог законодавства України здійснюється за поданням митним органам коносамента (BILL of Lading) та вантажної митної декларації.

На товари (крім підакцизних), що переміщуються транзитом морським і річковим транспортом у контейнерах та під час зберігання залишаються в межах одного пункту пропуску чи зони митного контролю морського порту, вантажна митна декларація не подається

Митне оформлення транзиту підакцизних вантажів будь-яким видом транспорту, крім транзиту вантажів авіаційним транспортом у межах одного пункту пропуску, провадиться виключно за умови подання митним органам вантажної митної декларації (далі – ВМД).

4.3. Правовий статус органів державного ринкового нагляду

Правові та організаційні засади здійснення державного ринкового нагляду і контролю нехарчової продукції встановлено Законом України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції».

Державний контроль продукції – це діяльність митних органів, а державний ринковий нагляд – діяльність органів ринкового нагляду з метою забезпечення відповідності продукції встановленим вимогам, а також забезпечення відсутності загроз суспільним інтересам.

Основними принципами ринкового нагляду і контролю продукції є:

1) пропорційність заходів ринкового нагляду, що вживаються органами ринкового нагляду, рівню загрози суспільним інтересам;

2) об’єктивність, неупередженість та компетентність органів ринкового нагляду і митних органів при здійсненні ринкового нагляду і контролю продукції;

3) прозорість здійснення ринкового нагляду і контролю продукції, доступність та відкритість інформації у цій сфері;

4) координованість дій органів ринкового нагляду і митних органів та взаємодія між ними;

5) дотримання прав і захист інтересів суб’єктів господарювання, споживачів (користувачів) під час здійснення ринкового нагляду і контролю продукції;

6) неприпустимість дискримінації суб’єктів господарювання та недопущення недобросовісної конкуренції;

7) рівність заходів ринкового нагляду і контролю продукції незалежно від країни походження продукції;

8) результативність та пропорційність відповідальності суб’єктів господарювання за порушення вимог Законів України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продук-

ції» та «Про загальну безпечність нехарчової продукції" та інших встановлених вимог, її спрямованість на попередження вчинення суб'єктами господарювання порушень, а також можливість посилення санкцій у разі повторного вчинення суб'єктом господарювання того самого порушення;

9) відповідальність органів ринкового нагляду, митних органів та їх посадових осіб, які здійснюють ринковий нагляд та контроль продукції, за шкоду, завдану суб'єктам господарювання внаслідок непропорційного та неправомірного застосування заходів ринкового нагляду та контролю продукції та ін.

Відповідно до ст. 10 Закону України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» ринковий нагляд здійснюється органами ринкового нагляду в межах сфер їх відповідальності. Органи ринкового нагляду становлять єдину систему. Сфери відповідальності органів ринкового нагляду включають види продукції, що є об'єктами технічних регламентів, і можуть включати види продукції, що не є об'єктами технічних регламентів.

Органи ринкового нагляду взаємодіють та обмінюються інформацією між собою, а також з митними органами, центральними органами виконавчої влади, які здійснюють нагляд і контроль продукції, правоохоронними органами, громадськими організаціями споживачів (об'єднаннями споживачів) та об'єднаннями суб'єктів господарювання.

Повноваження та порядок діяльності органів ринкового нагляду, права та обов'язки їх посадових осіб, які здійснюють ринковий нагляд, встановлюються Законами України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» та «Про загальну безпечність нехарчової продукції».

Згідно зі ст. 11 Закону України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» встановлено такі повноваження органів ринкового нагляду:

1) беруть участь у реалізації державної політики у сфері ринкового нагляду;

2) організовують розроблення проєктів секторальних планів ринкового нагляду, затверджують секторальні плани ринкового нагляду, здійснюють моніторинг виконання та перегляд таких планів;

3) здійснюють у порядку, встановленому постановою Кабінету Міністрів України «Про деякі питання захисту права споживачів (користувачів) щодо безпечності нехарчової продукції від 26 грудня 2011 року № 1400, моніторинг причин і кількості звернень споживачів (користувачів) про захист їх права на безпечність продукції, причин і кількості нещасних випадків та випадків заподіяння шкоди здоров'ю людей внаслідок споживання продукції (користування нею);

4) проводять перевірки характеристик продукції, в тому числі відбирають зразки продукції та забезпечують проведення їх експертизи (випробування);

5) перевіряють дотримання вимог щодо представлення продукції за місцем проведення ярмарки, виставки, показу чи демонстрації в інший спосіб продукції, яка не відповідає встановленим вимогам, а у визначених випадках видають певні приписи.

Зокрема, відповідно до наказу Міністерство економічного розвитку і торгівлі України від 19.04.2019 № 667 «Про затвердження типових форм документів у сфері державного ринкового нагляду і державного контролю продукції», затверджено типові форми документів у сфері державного ринкового нагляду і державного контролю продукції, що додаються:

– направлення на проведення перевірки (форма № 1);

– акт перевірки характеристик продукції (форма № 2);

– акт перевірки додержання вимог щодо представлення продукції за місцем проведення ярмарку, виставки, показу чи демонстрації в інший спосіб продукції, що не відповідає встановленим вимогам (форма № 3);

– акт перевірки стану виконання суб'єктом господарювання рішень про вжиття обмежувальних (корегувальних) заходів (форма № 4);

– припис про негайне усунення порушень вимог щодо представлення за місцем проведення ярмарку, виставки, показу чи демонстрації в інший спосіб продукції, що не відповідає встановленим вимогам (форма № 5);

– рішення про негайне припинення представлення продукції за місцем проведення відповідного ярмарку, виставки, показу чи демонстрації в інший спосіб продукції, що не відповідає встановленим вимогам (форма № 6);

– рішення про відбір зразків продукції (форма № 7);

– рішення про вжиття обмежувальних (корегувальних) заходів (форма № 8);

– рішення про внесення змін до рішення (форма № 9);

– рішення про скасування рішення (форма № 10);

– рішення про знищення продукції або приведення її в інший спосіб до стану, що виключає її використання (форма № 11);

– рішення про призупинення митного оформлення продукції за результатами державного контролю продукції (форма № 12);

– протокол про виявлене(і) порушення вимог Закону України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» та Закону України «Про загальну безпечність нехарчової продукції» (форма № 13);

– постанова про накладення штрафу (форма № 14).

6) здійснюють моніторинг дій суб'єктів господарювання щодо вилучення з обігу та/або відкликання продукції, щодо якої прийнято рішення про вилучення з обігу та/або відкликання;

7) вживають відповідних заходів щодо своєчасного попередження споживачів (користувачів) про виявлену органами ринкового нагляду небезпеку, яку становить продукція;

8) вживають заходів щодо налагодження співпраці із суб'єктами господарювання стосовно запобігання чи зменшення ризиків, які становить продукція, надана цими суб'єктами господарювання на ринку.

Повний перелік видів продукції, щодо яких органи державного ринкового нагляду здійснюють державний ринковий нагляд,

встановлено постановою Кабінетом Міністрів України від 28 грудня 2016 року № 1069.

Для прикладу зазначимо окремі з них.

Таблиця 4

Вид продукції, щодо якого здійснюється державний ринковий нагляд (сфера відповідальності органу державного ринкового нагляду)	**Найменування нормативно-правового акта, дія якого поширюється на відповідний вид продукції**	**Найменування органу державного ринкового нагляду**
1	2	3
Морське обладнання	постанова Кабінету Міністрів України від 5 вересня 2007 р. № 1103 «Про затвердження Технічного регламенту морського обладнання»	Морська адміністрація
Інфраструктура залізничного транспорту	постанова Кабінету Міністрів України від 11 липня 2013 р. № 494 «Про затвердження Технічного регламенту безпеки інфраструктури залізничного транспорту»	Укртрансбезпека
Піротехнічні вироби	постанова Кабінету Міністрів України від 3 серпня 2011 р. № 839 «Про затвердження Технічного регламенту піротехнічних виробів»	ДСНС
Ліфти і компоненти безпеки для ліфтів	постанова Кабінету Міністрів України від 21 червня 2017 р. № 438 «Про затвердження Технічного регламенту ліфтів і компонентів безпеки для ліфтів»	Держпраці
Обладнання, що використовується ззовні приміщень	постанова Кабінету Міністрів України від 4 грудня 2019 р. № 1186 «Про затвердження Технічного регламенту шумового	Держпраці

Продовження таблиці 4

1	2	3
	випромінювання у навколишнє середовище від обладнання, що використовується ззовні приміщень»	
Медичні вироби та допоміжні засоби до них	постанова Кабінету Міністрів України від 2 жовтня 2013 р. № 753 «Про затвердження Технічного регламенту щодо медичних виробів»	Держлікслужба
Автомобільні бензини, дизельне, суднове та котельне паливо	постанова Кабінету Міністрів України від 1 серпня 2013 р. № 927 «Про затвердження Технічного регламенту щодо вимог до автомобільних бензинів, дизельного, суднових та котельних палив»	Держекоінспекція

Відповідно до ст. 4 Закону України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» метою здійснення ринкового нагляду є вжиття обмежувальних (корегувальних) заходів з відповідним інформуванням про це громадськості щодо продукції, яка при її використанні за призначенням або за обґрунтовано передбачуваних умов і при належному встановленні та технічному обслуговуванні становить загрозу суспільним інтересам чи яка в інший спосіб не відповідає встановленим вимогам.

Заходами ринкового нагляду є:

1) перевірки характеристик продукції, у тому числі відбір зразків продукції та їх експертиза (випробування);

2) обмежувальні (корегувальні) заходи, що включають:

а) обмеження надання продукції на ринку;

б) заборону надання продукції на ринку;

в) вилучення продукції з обігу;

г) відкликання продукції;

3) контроль стану виконання рішень про вжиття обмежувальних (корегувальних) заходів;

4) попередження органами ринкового нагляду споживачів (користувачів) про виявлену цими органами небезпеку, що становить продукція.

Заходи ринкового нагляду вживаються щодо продукції, яка:

1) надається на ринку, в тому числі щодо одиниць чи партій введеної в обіг продукції, що зберігаються на складах виробників (імпортерів);

2) представлена за місцем проведення ярмарку, виставки, показу або демонстрації продукції в інший спосіб;

3) перебуває під митним контролем у разі призупинення її митного оформлення за результатами контролю продукції.

Під час проведення перевірок характеристик продукції проводиться перевірка документів, у разі необхідності – обстеження зразків продукції, за результатами яких приймається рішення про відбір та експертизу (випробування) зразків продукції, про що зазначається в акті.

При проведенні перевірок характеристик продукції органи ринкового нагляду враховують ступінь ризику, який може становити відповідна продукція, а також відомості, що містяться у зверненнях споживачів (користувачів) про захист їх права на безпечність продукції, та іншу інформацію щодо продукції.

Органи ринкового нагляду проводять планові та позапланові перевірки характеристик продукції. Планові перевірки характеристик продукції проводяться у розповсюджувачів цієї продукції, а позапланові – у розповсюджувачів та виробників такої продукції. Предметом таких перевірок є характеристики продукції певного виду (типу), категорії та/або групи. Перевірки характеристик продукції проводяться на підставі наказів органів ринкового нагляду та направлень на проведення перевірки, що видаються та оформлюються відповідно до законодавства. У разі одержання інформації про надання на ринку продукції, що становить серйозний ризик, відповідні накази та направлення видаються і оформлюються невідкладно.

Перевірки характеристик продукції проводяться:

1) у торговельних та складських приміщеннях суб'єктів господарювання;

2) у місцях введення продукції в експлуатацію (якщо відповідність продукції певним встановленим вимогам може бути визначена лише під час введення її в експлуатацію);

3) за місцем проведення ярмарку, виставки, показу або демонстрації продукції в інший спосіб;

4) у місцях зберігання під митним контролем продукції, митне оформлення якої призупинено за результатами контролю продукції;

5) за місцезнаходженням органу ринкового нагляду.

Під час перевірки характеристик продукції перевірці підлягають такі документи (їх копії) та інформація:

1) декларація про відповідність;

2) супровідна документація, що додається до відповідної продукції (включаючи інструкцію щодо користування продукцією);

3) загальний опис продукції, а також повний склад технічної документації на відповідну продукцію, передбачений технічним регламентом;

4) документи щодо системи якості чи системи управління якістю;

5) висновки експертиз та протоколи випробувань зразків відповідної продукції, відібраних (узятих) у межах здійснення ринкового нагляду і контролю продукції;

6) документи, що дають змогу відстежити походження відповідної продукції та її подальший обіг (товарно-супровідна документація або договори).

Строк проведення перевірки характеристик продукції не може перевищувати у розповсюджувача цієї продукції чотирьох робочих днів, у виробника такої продукції – п'яти робочих днів. У разі проведення експертизи (випробування) зразків продукції, відібраних під час перевірки, на час її проведення перебіг строку проведення перевірки характеристик продукції призупиняється

до одержання органом ринкового нагляду результатів експертизи (випробування).

Органи ринкового нагляду мають право звертатися до призначених органів з оцінки відповідності та визнаних незалежних організацій із запитами про надання інформації про видачу і відмову у видачі документів про відповідність, установлення обмежень щодо них, їх призупинення та скасування, а у випадках, визначених технічними регламентами, – також іншої інформації, пов'язаної з процедурами оцінки відповідності вимогам технічних регламентів, до застосування яких були залучені відповідні призначені органи та визнані незалежні організації. Призначені органи з оцінки відповідності та визнані незалежні організації повинні надавати інформацію за такими запитами у десятиденний строк з дня одержання відповідного запиту.

У разі якщо під час перевірок характеристик продукції виявлено ознаки фальсифікації продукції, порушення прав інтелектуальної власності або інших правопорушень, притягнення до відповідальності за вчинення яких не належить до компетенції органів ринкового нагляду, органи ринкового нагляду надають таку інформацію відповідним уповноваженим державним органам.

До особи, яка ввела продукцію в обіг, застосовуються адміністративно-господарські санкції у вигляді штрафу в разі:

1) введення в обіг продукції, що становить серйозний ризик, – у розмірі шести тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а за повторне протягом періоду від одного року до трьох років вчинення такого самого порушення, за яке на особу вже було накладено штраф, – у розмірі двадцяти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

2) введення в обіг продукції, яка не відповідає встановленим вимогам (крім випадків, передбачених законодавством), – у розмірі трьох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а за повторне протягом періоду від одного року до трьох років вчинення такого самого порушення, за яке на особу вже було

накладено штраф, – у розмірі шести тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

До розповсюджувача застосовуються адміністративно-господарські санкції у вигляді штрафу в разі недодержання умов зберігання продукції, яка ним розповсюджується, якщо внаслідок цього продукція стала небезпечною та/або такою, що не відповідає встановленим вимогам, у розмірі двох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а за повторне протягом трьох років вчинення такого самого порушення, за яке на суб'єкта господарювання вже накладено штраф, – у розмірі чотирьох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Суми штрафів, що накладаються органами ринкового нагляду, зараховуються до Державного бюджету України. Про вчинення порушень посадові особи органів ринкового нагляду, що виявили правопорушення, складають протокол на підставі документів, що містять інформацію про походження продукції та її обіг. Протокол складається у двох примірниках, які підписуються посадовими особами органу ринкового нагляду та фізичною особою, у тому числі фізичною особою-підприємцем, чи керівником юридичної особи або уповноваженою ним особою. У разі відмови підписати протокол посадова особа органу ринкового нагляду вносить до такого протоколу відповідний запис. Постанова надсилається суб'єкту господарювання не пізніше наступного робочого дня за днем її оформлення. Суб'єкт господарювання має сплатити штраф у п'ятнадцятиденний строк з дня отримання постанови про його накладення.

4.5. Поняття та види метрологічного нагляду

Відповідно до ст. 20 Закону України «Про метрологію та метрологічну діяльність» метрологічним наглядом є діяльність, яка провадиться у сфері законодавчо регульованої метрології з метою перевірки дотримання суб'єктами господарювання вимог

цього Закону, технічних регламентів та інших нормативно-правових актів у сфері метрології та метрологічної діяльності.

Видами метрологічного нагляду є:

– державний ринковий нагляд за відповідністю законодавчо регульованих засобів вимірювальної техніки вимогам технічних регламентів;

– метрологічний нагляд за законодавчо регульованими засобами вимірювальної техніки, що перебувають в експлуатації;

– метрологічний нагляд за кількістю фасованого товару в упаковках.

Державні інспектори з метрологічного нагляду, якими є уповноважені посадові особи центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері метрологічного нагляду (далі – державні інспектори), під час виконання своїх обов'язків мають право:

– відповідно до вимог законодавства та за умови пред'явлення службового посвідчення відвідувати суб'єктів господарювання з додержанням встановлених у них порядку і режиму роботи;

– за згодою суб'єктів господарювання, що перевіряються, використовувати під час проведення перевірки їх технічні засоби та залучати до перевірок їх працівників;

– одержувати необхідні відомості та матеріали з метрологічної діяльності;

– складати протоколи про адміністративні правопорушення у сфері метрології та метрологічної діяльності;

– видавати приписи про усунення порушення метрологічних вимог;

– вносити пропозиції щодо передачі до правоохоронних органів матеріалів про порушення метрологічних вимог.

Згідно зі ст. 23 Закону України «Про метрологію та метрологічну діяльність» метрологічному нагляду за кількістю фасованого товару в упаковках підлягають готові упаковки будь-якого виду під час фасування і продажу товару в разі, коли вміст таких

упаковок не може бути змінений без їх розкривання чи деформування, а кількість товару зазначена в одиницях маси, об'єму або іншої фізичної величини. На упаковці фасованого товару повинна бути зазначена номінальна кількість товару в одиницях маси, об'єму або іншої фізичної величини, якщо інше не передбачено нормативно-правовими актами.

Метрологічні вимоги до фасованих товарів, у тому числі вимоги до відхилень кількості фасованих товарів в упаковках від номінального значення, встановлюються технічними регламентами або іншими нормативно-правовими актами, зокрема наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України 05.07.2017 № 969 «Про встановлення метрологічних вимог до фасованих товарів.

Метрологічні вимоги, установлені пунктом 1 цього наказу, не застосовуються до упакованих одиниць, виготовлених відповідно до Технічного регламенту щодо деяких товарів, які фасують за масою та об'ємом у готову упаковку, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2015 року № 1193, за умови нанесення на них знака відповідності упакованої одиниці та Технічного регламенту щодо пляшок, які використовуються як мірні ємності, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 19 серпня 2015 року № 607, за умови нанесення на них знака відповідності мірної пляшки.

Метрологічний нагляд за кількістю фасованого товару в упаковках здійснюється шляхом проведення перевірок відповідно до Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності».

Питання для самоконтролю

1. Назвіть основні засади здійснення державного контролю (нагляду).

2. З якого моменту можливе відновлення виробництва (виготовлення) або реалізації продукції, виконання робіт, надання послуг суб'єктами господарювання після призупинення?

3. Які права має суб’єкт господарювання під час здійснення державного нагляду (контролю)?

4. Які обов’язки має суб’єкт господарювання під час здійснення державного нагляду (контролю)?

5. Визначте об’єкти державного ветеринарно-санітарного контролю та нагляду.

6. Назвіть основні правила заповнення, зберігання, списання ветеринарних документів та вимог до їх обліку.

7. Сформулюйте правила транзиту вантажів.

8. Прокоментуйте повноваження органів ринкового нагляду.

9. Назвіть види метрологічного нагляду.

ТЕМА 5
ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

5.1. Поняття, ознаки, функції оптової торгівлі

Обов'язком оптової торгівлі завжди був пошук і закупівля товарів у значної кількості виробників з наступним перепродажем їх роздрібним торговцям. Оптовик здійснює доставку продуктів праці на ринок, використовуючи склади. Він, по суті, отримував вигоду від зберігання та транспортування товарів.

Відповідно до Господарського кодексу України, який визначає галузь як відокремлену сукупність підприємств, що характеризується спільністю ознак виробничо-господарської діяльності, можна визначити оптову торгівлю як підгалузь, що складається із сукупності підприємств, основним видом діяльності яких є оптово-торговельна та посередницька діяльність і яка є важливим механізмом здійснення товарообміну між виробниками, виробничими споживачами і роздрібною торгівлею.

Адже економічна сутність оптової торгівлі полягає у забезпеченні гуртового руху товарів зі сфери виробництва до сфери споживання, водночас гармонізуючи обсяги і структуру товарів до потреб споживачів.

Тому, до характерних ознак оптової торгівлі можна віднести:

– є підгалуззю національної економіки;

– є формою організації внутрішнього ринку;

– є активним учасником товарного обігу.

Тобто оптова торгівля здійснює активний вплив на виробництво, гарантуючи йому ефективний збут виготовленої продукції за умови відповідності обсягів, структури та якості продукції вимогам ринку.

Зміст оптової торговельної діяльності полягає у посередництві між виробниками і споживачами. По суті – це сукупність

бізнес-процесів окремих суб'єктів господарювання з придбання та подальшого перепродажу товарів певними партіями без внесення змін (крім тих, що притаманні торгівлі) виробничим споживачам, роздрібній торгівлі та іншим суб'єктам підприємницької діяльності, що супроводжується наданням оптових торговельних послуг. Товаром при цьому, згідно із законодавством України, може бути будь-яка продукція, якщо вона не вилучена з обороту або не обмежена в обороті. Товарну продукцію поділяють на два класи: споживчі товари (товари широкого вжитку) та товари промислового призначення.

На підставі здійсненого аналізу сутнісними характеристиками оптової торговельної діяльності є:

1) суб'єктом оптової торговельної діяльності може бути будь-який суб'єкт підприємницької діяльності, статутом якого передбачено здійснення даного виду діяльності;

2) придбання товару здійснюється певними партіями не для власного особистого споживання чи переробки, а для подальшого перепродажу;

3) предметом здійснення оптової торговельної діяльності є споживчі товари та товари виробничо-технічного призначення, а також послуги;

4) покупцями товарів і послуг суб'єктів оптової торговельної діяльності є суб'єкти роздрібної торгівлі, що здійснюють наступний перепродаж населенню та інші суб'єкти підприємницької діяльності, що купують їх для перепродажу або виробничого споживання;

5) суб'єктами оптової торговельної діяльності можуть бути незалежні підприємства мережі товароруху, що набувають право власності на товар і торговельні посередники, які встановлюють господарські зв'язки на товарному ринку;

6) зміни товарів, що відбуваються у процесі здійснення оптової торговельної діяльності, не носять матеріального характеру.

7) головна мета – формування прибутку шляхом максимального задоволення потреб своїх клієнтів;

8) досягнення головної мети ґрунтується на побудові сукупності бізнес-процесів, що формують ланцюг створення доданої вартості.

З огляду на сутність оптової торгівлі метою її функціонування в системі ринкового господарювання нашої країни є підвищення інтенсивності товаропотоків, економія витрат обігу і зростання ефективності всієї системи товароруху, акумуляція фінансових ресурсів, формування асортименту товарів і послуг відповідно до потреб покупців.

Для досягнення цієї мети оптова торгівля має виконувати такі основні завдання:

– якісне, своєчасне, у необхідному обсязі надання товарів і послуг покупцям відповідно до укладених угод;

– здійснення маркетингових досліджень і впровадження логістики у сфері діяльності опту;

– сприяння збільшенню обсягів і вдосконаленню асортименту товарів і послуг відповідно до попиту і вимог ринку;

– вдосконалення і розвиток своєї матеріально-технічної бази з використанням досягнень науково-технічного прогресу і передового досвіду;

– підвищення ефективності господарських зв’язків;

– підвищення якості обслуговування клієнтів.

Наведені завдання визначають функції оптової торгівлі.

Деякі науковці пропонують вирізняти в складі функцій оптової торгівлі традиційні (класичні), тобто ті, що здійснюються нею з моменту виникнення та виокремлення у сфері товарного обігу, такі як: організація оптової купівлі-продажу, складування, зберігання запасів, перетворення виробничого асортименту у торговий, транспортування тощо, так і нові функції, які виникли під впливом розвитку та потреб ринку, зокрема: інформаційно-дослідницька діяльність, надання маркетингових та рекламних послуг, комерційне кредитування та фінансування угод, надання консалтингових послуг.

Ф. Котлер виділяє дев'ять функцій оптової торгівлі: збут та його стимулювання, закупки та формування торгового асортименту, розбивка великих партій на дрібні, складування, транспортування, фінансування, прийняття ризику, надання інформації про ринки, послуги з управління та консультаційні послуги.

Зокрема, аналіз функцій оптової торгівлі, здійснений вітчизняними науковцями, дозволив на рівні національної економіки виділити такі: соціальні функції, які полягають у насиченні внутрішнього споживчого ринку товарами; економічні функції, що забезпечують розвиток та оптимізацію оптового товарообороту, стабілізацію цін і досягнення їх відповідності стану товарної пропозиції; організаційні функції, які полягають у формуванні оптимальних каналів товароруху та логістичних систем; технологічні функції, що забезпечують перетворення виробничого асортименту в торговий. На рівні окремого підприємства дослідники виділяють такі функції, як торгова, дослідницька, виробнича, обслуговуюча, логістична, комунікаційна, фінансова, функція прийняття ризику.

Також існують різні класифікації функцій оптової торгівлі, зокрема за ознаками націленості на окремі складові процесу товароруху, за складом і характером послуг, що супроводжують здійснення функцій оптової торгівлі тощо. Важливо зазначити, що успішне виконання функцій оптової торгівлі передбачає визначення відповідних процесів, конкретних видів робіт за складом операцій, що їх мають виконувати суб'єкти оптової торгівлі на ринку.

Тому оптова діяльність може здійснюватись у трьох основних організаційних формах:

1) через оптові підрозділи фірм-виробників (при використанні прямих каналів збуту);

2) через незалежних оптових посередників;

3) через залежних оптових посередників.

5.2. Правовий статус учасників оптової торгівлі

В економічній літературі класифікують суб'єктів оптової торгівлі за ознакою їх товарної спеціалізації. В оптовій торгівлі споживчими товарами зазвичай виділяють чотири групи підприємств: змішані, універсальні, спеціалізовані та вузькоспеціалізовані. При цьому в асортименті змішаних підприємств є групи продовольчих та непродовольчих товарів, в універсальних – більшість груп продовольчих або непродовольчих товарів, спеціалізованих – одна або декілька товарних груп. Вузькоспеціалізовані підприємства, як правило, реалізують один вид товару.

Оптова торговельна діяльність часто ототожнюється з посередницькою діяльністю. Адже оптова торгівля виступає посередником між виробником і споживачем.

Кількість суб'єктів оптової торговельної діяльності на сьогодні є досить значною, а їх діяльність має специфіку, передусім відносно ринку, на якому працює підприємство. Це товарні біржі, товарні аукціони, торги, оптові продовольчі ринки та ярмарки, які можна об'єднати в групу «організовані товарні ринки». Наступну групу складають незалежні оптові торговельні посередники, а саме оптові купці, дилери, дистриб'ютори, лізингові компанії, асемблери, що набувають права власності на товар і мають право впливати на ціну. Інших суб'єктів посередницької діяльності на оптовому товарному ринку представляють брокерські контори, комісіонери, консигнатори, агенти, комівояжери, які не набувають права власності на товар і діють за рахунок і від імені клієнта не маючи можливості впливати на ціну. До комбінованих посередників можна віднести торгові доми, комерційно-посередницькі фірми. Основний тип діяльності торговельних посередників, виконувані для цього процеси та операції визначаються залежно від місця посередників у ланцюгу товароруху.

Діяльність суб'єктів оптової торгівлі, що працюють на ринку споживчих товарів, спрямована, зокрема, на задоволення економічних потреб товаровиробників і торговців шляхом виконання

специфічних функцій, щодо прискорення обертання товарів та підвищення ефективності функціонування споживчого ринку в цілому. У той же час діяльність оптових посередників на ринку продукції виробничо-технічного призначення спрямована на забезпечення різних підприємств необхідними видами ресурсів з метою ефективного виконання ними виробничих функцій.

Суб'єктами оптового торговельного підприємництва тут виступають різноманітні учасники оптового ринку, що обумовлює необхідність їх гру-пування за певними ознаками.

Тому пропонується класифікувати підприємства оптової торгівлі за такими ознаками, як: основна функція, спеціалізація підприємств, район діяльності, відомча належність, форма власності, придбання права власності на товар, що реалізується. Як найбільш значущі, виділяються такі види підприємств оптової торгівлі: комерційно-посередницькі фірми, оптові бази, товарні біржі, оптові магазини, торгові дома, аукціони, ярмарки, брокерські і дилерські контори, комівояжери, торгові і промислові агенти, лізингові підприємства, управління виробничо-технологічною комплектацією.

Запропонована класифікація ґрунтується як на раніше виокремлених, загальноприйнятих ознаках, так і на додатково запропонованих, що розкривають економіко-правовий зміст оптового торговельного посеред-ництва, а саме: вид торговельно-посередницьких операцій; зміна (перехід) права власності на товар; джерело формування доходу; характер прав на продаж, що мають посередники при оптовому продажу товарів.

1. Залежно від форми власності виокремлюють суб'єкти оптової торговельної діяльності:

– державної форми власності;

– колективної форми власності (корпоративні або унітарні підприємства, що діють на основі колективної власності засновників);

– приватної форми власності, що діють на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання;

– змішаної форми власності (на базі об'єднання майна різних форм власності).

2. За організаційно-правовою формою суб'єкт оптової торговельної діяльності може бути організований у вигляді: акціонерного товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою від-повідальністю, командитного товариства, повного товариства, державного та приватного підприємства, суб'єкта підприємницької діяльності без ознак юридичної особи.

3. За зоною діяльності виділяють оптових посередників, що функціонують в межах: окремого міста – міські; певного регіону (області) – регіональні; декількох областей – міжрегіональні; ринку окремої держави – національні; світового ринку – транснаціональні.

4. За видами діяльності розрізняють такі види оптовиків:

– оптові (займаються виключно оптовим продажем товарів);

– оптово-роздрібні (поєднують оптовий і роздрібний продаж товарів);

– оптові з власним виробництвом (здійснюють оптовий продаж маючи власні виробничі потужності щодо фасування, пакування товарів тощо);

– оптові торговельно-сервісні (крім оптового продажу, надають сервісні послуги при реалізації товарів непродовольчої групи).

5. За функціональним призначенням суб'єкти оптової торговельної діяльності можуть бути:

– з повним циклом обслуговування (виконують значну кількість функцій та надають широкий спектр послуг своїм клієнтам щодо зберігання, страхування, транспортування товарів, формування товарного асортименту тощо);

– з обмеженим циклом обслуговування (переважно обмежуються безпосередньою оптовою реалізацією товарів через мережу магазинів-складів на основі самообслуговування за готівку).

6. За спеціалізацією оптові посередники можуть бути:

– універсальні (здійснюють оптовий продаж товарів за значним переліком асортиментних позицій);

– спеціалізовані (здійснюють оптовий продаж споживчих товарів однієї або декількох товарних груп).

7. За критерієм чисельності працівників та обсягом валового доходу вирізняють такі категорії суб'єктів оптового торговельного підприємництва:

– суб'єкти мікропідприємництва – це фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи-підприємці та юридичні особи будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

– суб'єкти малого підприємництва – це фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці та юридичні особи будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

– суб'єкти великого підприємництва це – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України. Інші суб'єкти оптової торговельної діяльності належать до суб'єктів середнього підприємництва.

8. За зміною права власності на товар виокремлюють суб'єктів оптової торговельної діяльності, а саме:

– з повною зміною власника товару (посередники-дилери, що купують споживчі товари за власні кошти і в подальшому реалізують їх на власний розсуд і ризик);

– з частковою зміною власника товару (посередники-комісіонери, що приймають споживчі товари для оптової реалізації, але не набувають права власності на них);

– без зміни власника товару (посередники-агенти, що здійснюють оптову реалізацію товарів за зразками, каталогами, не маючи права на володіння та розпорядження цими товарами).

9. За видами здійснюваних торговельно-посередницьких операцій можна виділити такі типи оптовиків:

– агенти (представляють інтереси клієнта щодо закупівлі або продажу товарів від імені і за рахунок клієнта);

– комісіонери (представляють інтереси клієнта щодо продажу товарів від імені посередника, але за рахунок клієнта);

– дилери (від власного імені і за свій рахунок закуповують товари з метою подальшого перепродажу);

– комбіновані посередники (поєднують у своїй діяльності здійснення декількох видів торговельно-посередницьких операцій).

10. За основним джерелом формування доходу суб'єктів оптової торговельної діяльності розподіляють на:

– тих, що отримують доходи за рахунок відсотків від суми укладеної угоди (основним джерелом доходу виступає комісійне винагородження, що сплачує клієнт за надані послуги);

– тих, що отримують дохід за рахунок різниці між ціною продажу та ціною закупівлі товару.

11. За формою організації оптового продажу товарів розрізняють такі види оптовиків:

– ті, що реалізують товари з попереднім відбором на складах;

– ті, що реалізують товари на засадах публічного торгу;

– ті, що реалізують товари за зразками, каталогами;

– ті, що реалізують товари із застосуванням інтерактивних методів (інтернет-торгівля);

– ті, що застосовують різні форми оптового продажу.

12. За характером прав на продаж, що мають оптові посередники, можна виокремити такі їх види:

– ті, що мають просте право на продаж (такі оптовики продають товари виробника (клієнта), конкуруючи на договірній території з іншими посередниками, до яких звернувся клієнт або навіть зі своїм клієнтом);

– ті, що мають виключне (ексклюзивне) право на продаж (такі оптовики мають виключне, одноосібне право реалізації товару виробника (клієнта) на договірній території);

– ті, що мають виключне з обмеженням право на продаж.

Тому доцільно деталізувати і конкретизувати функції оптової торгівлі стосовно виробників – постачальників товарів і покупців товарів, у ролі яких виступають виробничі споживачі, підприємства оптової торгівлі, оптові продовольчі ринки, підприємства роздрібної торгівлі та інші суб'єкти підприємницької діяльності.

Вирізняють такі функції оптової торгівлі щодо постачальників товарів:

– концентрація комерційної діяльності;

– підтримка переходу прав власності на товар;

– інвестиційне забезпечення товароруху;

– мінімізація комерційного ризику;

– маркетингове обслуговування.

Щодо оптових покупців (роздрібних підприємств, підприємців та ін.) виокремлюють такі функції:

– оцінка потреб і попиту;

– перетворення виробничого асортименту в торговий;

– накопичення і зберігання товарних запасів;

– доставка товарів;

– кредитування роздрібних підприємств;

– інформаційне і консалтингове обслуговування.

5.3. Нормативно-правове забезпечення у сфері оптової торгівлі

Оптова торгівля стала предметом діяльності підприємств у формі господарських товариств, фізичних осіб – підприємців та продовжила своє існування в нових умовах. Зазначені зміни знайшли своє втілення в нормативно-правових актах, що закріплювали порядок здійснення торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування. Подальшим кроком у регулюванні оптової торговельної діяльності стало прийняття Господарського та Цивільного кодексів України, законів України, постанов, наказів тощо.

Розглянемо деякі з них, зокрема Закон України «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції», в якому визначаються правові засади організації діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні, регулювання відносини в цій сфері, які спрямовані на захист прав і законних інтересів сільськогосподарських товаровиробників, що здійснюють оптовий продаж сільськогосподарської продукції власного виробництва.

Також основними напрямами діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції є:

– створення операторам оптових ринків сільськогосподарської продукції належних умов для купівлі-продажу сільськогосподарської продукції;

– сприяння прискореному просуванню сільськогосподарської продукції від виробника до кінцевого споживача у торговельному ланцюгу;

– надання можливості для виходу на ринок сільськогосподарської продукції всім постачальникам і споживачам;

– визначення необхідного переліку сільськогосподарської продукції, що має включати переважну більшість загальної номенклатури виробленої продукції, скорочення втрат сільськогосподарської продукції;

– забезпечення постачання населенню якісної сільськогосподарської продукції;

– облаштування єдиного місця купівлі-продажу сільськогосподарської продукції;

– забезпечення концентрації сільськогосподарської продукції у визначеному місці;

– сприяння вітчизняним виробникам сільськогосподарської продукції в одержанні прибутку від реалізації сільськогосподарської продукції;

– забезпечення достовірною інформацією операторів оптових ринків сільськогосподарської продукції про кон'юнктуру ринку сільськогосподарської продукції та споживчу якість такої продукції;

– сприяння операторам оптових ринків сільськогосподарської продукції у підготовці сільськогосподарської продукції до купівлі та продажу;

– забезпечення здійснення ветеринарно-санітарного контролю та нагляду відповідно до Правил здійснення ветеринарно-санітарного контролю та нагляду для оптових ринків сільськогосподарської продукції, що затверджуються Кабінетом Міністрів України.

Закон також виділив оптові ринки сільськогосподарської продукції в окремий статус, надавши їм своїми положеннями пріоритетності і особливого стимулювання та державної підтримки й переваг при виділенні і отриманні земельних ділянок, податкових пільг тощо.

У статті 7 Закону України «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції» чітко окреслюється сфера послуг, які надають оптові ринки для організації оптової торгівлі продукцією. Серед важливих слід виділити: забезпечення продавців спеціально облаштованими робочими місцями для підготовки та формування партій сільськогосподарської продукції до продажу; документальне оформлення купівлі-продажу сільськогосподарської продукції; організацію торгів, аукціонів; складування, зберігання, відвантаження та доставку партій сільськогосподарської продукції згідно з дефакто; контроль якості

сільськогосподарської продукції; забезпечення учасників оптових ринків достовірною інформацією про кон'юнктуру ринку; узагальнення й поширення достовірної інформації щодо попиту і пропозиції сільськогосподарської продукції, рівня цін тощо.

Відповідно до статті 10 Закону України «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції» державна політика підтримки розвитку оптових ринків сільськогосподарської продукції здійснюється шляхом: сприяння створенню, законодавчого забезпечення їх діяльності; організації діяльності та ефективного функціонування оптових ринків; надання державної фінансової підтримки у період їх становлення; фінансової участі держави у створенні оптових ринків та інфраструктури, необхідної для їх функціонування; створення та підтримки функціонування системи інформаційного забезпечення; повного або часткового відшкодування вітчизняним товаровиробникам витрат на зберігання та складування сільськогосподарської продукції в межах інфраструктури оптових ринків упродовж періоду їх становлення за рахунок коштів Державного бюджету; застосування до оптових ринків механізмів фінансової допомоги та підтримки; надання оптовим ринкам земельних ділянок; сприяння кооперації сільськогосподарських виробників продукції та створенню кооперативних оптових ринків сільськогосподарської продукції.

Не менш важлива є постанова КМУ «Про оптові продовольчі ринки», яка визначає основні напрями, що спрямовані на формування системи оптових продовольчих ринків та їх інфраструктури, активізацію взаємозв'язків між виробниками і покупцями сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки. Зазначено, що основною метою створення оптових продовольчих ринків є формування ефективного ринкового механізму реалізації сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки товаровиробниками усіх форм власності; справляння позитивного впливу на якість продукції, рівень її кінцевої ціни та задоволення потреб споживачів; сприяння конкуренції на споживчому ринку. Вибір організаційно-правової форми оптових

продовольчих ринків проводиться в рамках законодавства щодо форм господарювання. Найбільш доцільною організаційно-правовою формою є відкриті акціонерні товариства, акціонерами яких можуть бути виробничі, переробні, заготівельні, торговельні, сервісні, інші юридичні та фізичні особи. Для формування статутного фонду можуть бути залучені кошти державного та місцевих бюджетів, приватних, у тому числі іноземних інвесторів, господарських товариств.

У постанові КМУ «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів» зазначаються порядок та правила, що визначають загальні умови провадження торговельної діяльності суб'єктами оптової торгівлі, роздрібної торгівлі, закладами ресторанного господарства, основні вимоги до торговельної мережі, мережі закладів ресторанного господарства і торговельного обслуговування споживачів (покупців), які придбавають товари у підприємств, установ та організацій незалежно від організаційно-правової форми і форми власності, фізичних осіб – підприємців та іноземних юридичних осіб, що провадять підприємницьку діяльність на території України (далі – суб'єкти господарювання).

Також наказ Міністерство аграрної політики та продовольства України «Про затвердження Положення про комісію з питань надання юридичній особі статусу оптового ринку сільськогосподарської продукції Міністерства аграрної політики та продовольства України» визначає порядок організації та діяльності комісії з питань надання юридичній особі статусу оптового ринку сільськогосподарської продукції Міністерства аграрної політики та продовольства України (далі – Комісія), а також основні завдання та організація її роботи. Комісія є постійно діючим дорадчим органом, утвореним при Мінагрополітики.

Крім зазначених вище нормативно-правових актів, діяльність оптової торгівлі регулюється законами України

«Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань», «Про господарські товариства», «Про стандартизацію», «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю», «Про ліцензування видів господарської діяльності», «Про якість та безпеку продуктів і продовольчої сировини» та інші.

Сьогодні правове регулювання діяльності у сфері оптової торгівлі здійснюється великою кількістю різнорівневих нормативно-правових актів вітчизняного та міжнародного характеру.

5.4. Господарсько-договірні відносини у сфері оптової торгівлі

Усі господарські зв'язки суб'єктів сфери торгівлі можна розділити за багатьма класифікаційними ознаками.

1. За структурою господарські зв'язки можуть бути:

– зв'язки із простою структурою (виробник [постачальник] – роздрібний покупець [споживач]); зв'язки зі складною структурою (виробник [постачальник] – посередник [посередники] – роздрібний покупець [споживач]).

Посередниками у таких зв'язках можуть бути великі та малі оптові підприємства чи організації, дистриб'ютори, дилери, брокери та інші суб'єкти оптового ринку. Якщо кількість посередників велика, то ефективність такого зв'язку знижується. Велика кількість посередницьких ланок знижує вплив торгівлі на виробництво, сприяє подорожчанню процесу товаропросування, уповільненню оборотності товарів. У практиці взаємовідносин торговельні підприємства використовують зв'язки зі складною структурою тільки щодо товарів складного асортименту. Інколи зайва складність структури господарських зв'язків сприяє загальному зниженню ефективності системи торгівлі в цілому.

2. За кількістю учасників господарські зв'язки можуть бути:

– прямі (не більше двох учасників);

– опосередковані (три і більше учасників).

3. За характером господарські зв'язки можуть бути:

– економічними;

– соціально спрямованими;

– комбінованими.

4. За рівнем незалежності від зовнішнього впливу господарські зв'язки бувають:

– залежні – на взаємовідносини контрагентів здійснюється повний або частковий вплив (вплив держави, вищого органу управління);

– незалежні – взаємовідносини встановлюються завдяки вільному волевиявленню потенційних учасників господарського зв'язку.

5. За терміном дії усі господарські зв'язки можна поділити на:

– умовно-постійні;

– оперативні (разові). Як правило, умовно-постійні зв'язки тривають між контрагентами більше року. Оперативні господарські зв'язки характеризуються короткостроковими відносинами сторін (разові поставки товарів, угоди на термін не більше одного року).

6. За ознакою належності учасників до системи господарські зв'язки бувають:

– міжсистемними;

– внутрішньосистемними.

При міжсистемних господарських зв'язках у взаємовідносинах задіяні контрагенти, що входять до різних господарських систем. Прикладом таких зв'язків може бути господарський зв'язок оптової бази системи споживчої кооперації із виробничими підприємствами та підприємствами сільського господарства. Внутрішньосистемні господарські зв'язки виникають між учасниками, що належать до однієї системи. Прикладом можуть служити господарські зв'язки між підприємствами і організаціями споживчої кооперації, торговельних мереж, підприємствами неторгових міністерств і відомств тощо.

7. За процедурою укладання господарські зв'язки поділяються на зв'язки, які укладені на основі:

– підписання договору, контракту чи угоди на паперовому носії;

– «мовчазного погодження» контрагента з офертою постачальника;

– обміну між контрагентами інформацією за допомогою технічних засобів (телефон – телефонограмами; комп'ютер – електронними листами, відеопосланнями; смартфон – SMS, MMS тощо).

Торговельні, виробничі, посередницькі та інші підприємства, які займаються комерційною діяльністю, укладають у процесі своєї роботи договори та контракти (угоди), що відрізняються між собою різними параметрами. Для їхнього впорядкування застосовуються різні класифікаційні схеми та ознаки.

Договори, що укладаються підприємствами торгівлі, мають свою класифікацію.

1. За предметом договору:

– товарні договори;

– договори надання послуг.

2. За змістом договору:

– договори купівлі-продажу товарів. У них фіксуються зобов'язання продавця і покупця відповідно поставити і прийняти товар, оплативши його;

– договори постачання товарів. У таких договорах продавець зобов'язується виготовляти та систематично постачати і передавати у власність (повне господарське відання) покупцю певний товар, а покупець зобов'язується приймати цей товар та своєчасно здійснювати його оплату на умовах договору. Дані про асортимент товарів, що постачаються, заносяться безпосередньо до договору (за умови, що асортимент не широкий), чи у документ, що називається специфікацією. У процесі укладання договору постачання можуть виникати розбіжності з окремих пунктів проєкту договору, які оформляються протоколами

розбіжностей. Протокол розбіжностей складається однією із сторін у випадку, коли умови проєкту договору з певних причин не задовольняють іншу сторону, і додається до проєкту договору. У ньому робиться запис пункту договору, з якого виникло непогодження, у редакції постачальника і редакції покупця. Він підписується стороною, що його склала, та надсилається разом із підписаним договором іншій стороні для підписання. У підписаному договорі постачання робиться запис «З протоколом розбіжностей».

– договори контрактації. За договором контрактації виробник сільськогосподарської продукції зобов'язується виробити визначену договором сільськогосподарську продукцію і передати її у власність заготівельникові (контрактанту) або визначеному ним одержувачеві, а заготівельник зобов'язується прийняти цю продукцію та оплатити її за встановленими цінами відповідно до умов договору;

– договори міни (товарообмінні). Договір є класичною бартерною угодою. Інтерес сторін при укладанні договору міни зводиться до того, щоб без залучення грошових коштів (або залучення їх у мінімальній кількості) отримати те чи інше майно у власність, за умови обміну на своє майно (товар), у якому зацікавлена інша сторона угоди (контрагент);

– договори комісії. Особливість таких договорів полягає у тому, що у них беруть участь три сторони: комісіонер – продає товар за дорученням комітента; комітент – власник товару, який здає його для продажу (на комісію) комісіонеру; покупець – купує товар у комісіонера;

– договори консигнації. За таким договором контрагенти здійснюють консигнаційні операції. Консигнаційною операцією вважається господарча операція суб'єкта підприємницької діяльності (консигнанта), що передбачає експорт матеріальних цінностей до складу іншого суб'єкта підприємницької діяльності (консигнатора) з дорученням реалізувати зазначені матеріальні цінності на комісійних засадах;

– договори-доручення. Предмет договору-доручення, як правило, формулюється таким чином «Повірений зобов'язується за винагороду від імені і за рахунок Довірчого виконати наступні юридичні дії (перелік юридичних дій), права і обов'язки за якими набуває безпосередньо Довірчий».

3. За структурою господарських зв'язків розрізняють договори, що регламентують взаємовідносини між: постачальником та покупцем (проста структура); постачальником, посередниками та покупцем (складна структура).

4. За строком дії договори регулюють господарські зв'язки, що встановлюються на: довгострокові терміни (5 і більше років); короткострокові терміни (1–3 роки); один раз чи певний сезон.

5. За кількістю учасників розрізняють договори, що регулюють стосунки двох контрагентів (прямі договори) та трьох і більше (опосередковані договори).

6. За організаційною формою укладання розрізняють договори, що укладені на ярмарках, поза ярмарками, на біржах та за допомогою електронних засобів комунікації (комп'ютер, телефон та ін.).

Так, при закупівлі товарів складного асортименту (тканини, швейні товари, трикотаж, панчішно-шкарпеткові вироби, взуття, галантерея, парфумерія, культтовари та ін.) торговельні підприємства використовують, як-правило, опосередковані господарські зв'язки (зв'язки зі складною структурою).

Такі зв'язки формуються під дією різноманітних чинників і залежать насамперед від потреб роздрібних торговельних підприємств у товарах широкого асортименту, що задовольняються посередниками за рахунок підсортування товарів (перетворення вузького виробничого асортименту у широкий торговий). Товари простого асортименту (хлібобулочні вироби, пиво, безалкогольні напої, борошно, крупи, винно-горілчані вироби, молочні продукти, овочі, фрукти тощо) постачаються у систему торгівлі за допомогою господарських зв'язків, у яких беруть участь не більше двох учасників, – прямих (зв'язків із простою структурою). Товари складного асортименту також можуть постачатися за

схемою простого господарського зв'язку у випадку, коли постачальником є виробниче підприємство, а покупцем виступає оптове торговельне підприємство, що купляє товари для подальшого їх перепродажу у роздрібну торговельну мережу.

Отже, прямі господарські зв'язки встановлюються між двома суб'єктами господарювання, із яких один є виробником (постачальником), а інший – споживачем (покупцем) на основі безпосередніх договірних контактів між учасниками без залучення проміжних ланок.

Договори купівлі-продажу й поставки є одним з найпоширеніших видів договорів, які застосовуються в господарській діяльності. Оптова торгівля здійснюється на підставі договору поставки.

Відповідно до статті 180 Господарського кодексу України, у якій зазначено істотні умови господарського договору, при укладенні господарського договору сторони зобов'язані у будь-якому разі погодити предмет, ціну та строк дії договору.

Стаття 265 Господарського кодексу України визначає особливості договору поставки. За договором поставки одна сторона – постачальник зобов'язується передати (поставити) у зумовлені строки (строк) другій стороні – покупцеві товар (товари), а покупець зобов'язується прийняти вказаний товар (товари) і сплатити за нього певну грошову суму. Договір поставки укладається на розсуд сторін або відповідно до державного замовлення. Сторонами договору поставки можуть бути суб'єкти господарювання. Сторони для визначення умов договорів поставки мають право використовувати відомі міжнародні звичаї, рекомендації, правила міжнародних органів та організацій, якщо це не заборонено прямо або у виключній формі цим Кодексом чи законами України. Поставка товарів без укладення договору поставки може здійснюватися лише у випадках і порядку, передбачених законом.

Предметом поставки є визначені родовими ознаками продукція, вироби з найменуванням, зазначеним у стандартах,

технічних умовах, документації до зразків (еталонів), прейскурантах чи товарознавчих довідниках. Предметом поставки можуть бути також продукція, вироби, визначені індивідуальними ознаками. Загальна кількість товарів, що підлягають поставці, їх часткове співвідношення (асортимент, сортамент, номенклатура) за сортами, групами, підгрупами, видами, марками, типами, розмірами визначаються специфікацією за згодою сторін, якщо інше не передбачено законом.

Договір поставки може бути укладений на один рік, на строк більше одного року (довгостроковий договір) або на інший строк, визначений угодою сторін. Якщо в договорі строк його дії не визначений, він вважається укладеним на один рік. Строки поставки встановлюються сторонами в договорі з урахуванням необхідності ритмічного та безперебійного постачання товарів споживачам, якщо інше не передбачено законодавством. Якщо в довгостроковому договорі кількість поставки визначено лише на рік або менший строк, у договорі повинен бути передбачений порядок погодження сторонами строків поставки на наступні періоди до закінчення строку дії договору. Якщо такий порядок не передбачений, договір вважається укладеним на один рік. У разі якщо сторонами передбачено поставку товарів окремими партіями, строком (періодом) поставки продукції виробничо-технічного призначення є, як правило, квартал, а виробів народного споживання, як правило, – місяць. Сторони можуть погодити в договорі також графік поставки (місяць, декада, доба тощо). У договорі поставки за згодою сторін може бути передбачений порядок відвантаження товарів будь-яким видом транспорту, а також вибірка товарів покупцем. Договором може бути передбачено відвантаження товарів вантажовідправником (виготовлювачем), що не є постачальником, та одержання товарів вантажоодержувачем, що не є покупцем, а також оплата товарів платником, що не є покупцем. Договором може бути передбачений порядок поставки недоодержаної покупцем у встановлений строк кількості товарів.

Зокрема, стаття 268 Господарського кодексу України вказує на якість товарів, що поставляються. Вони повинні відповідати стандартам, технічним умовам, іншій технічній документації, яка встановлює вимоги до їх якості, або зразкам (еталонам), якщо сторони не визначать у договорі більш високі вимоги до якості товарів. Номери та індекси стандартів, технічних умов або іншої документації про якість товарів зазначаються в договорі. Якщо вказану документацію не опубліковано у загальнодоступних виданнях, її копії повинні додаватися постачальником до примірника договору покупця на його вимогу.

У разі відсутності в договорі умов щодо якості товарів остання визначається відповідно до мети договору або до звичайного рівня якості для предмета договору чи загальних критеріїв якості.

Отже, оптова торгівля є тією ланкою, що не тільки організує, а й забезпечує прискорення руху товарів, значною мірою впливає на виробництво і міжгалузевий обмін та активізує споживання.

Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте роль та місце оптової торгівлі в економіці.
2. Дайте визначення поняття «оптова торгівля».
3. Назвіть основні функції оптової торгівлі.
4. Вкажіть характерні ознаки оптової торгівлі.
5. Хто виступає учасниками оптової торгівлі?
6. Назвіть завдання і функції оптових продовольчих ринків.
7. Вкажіть нормативно-правове забезпечення у сфері оптової торгівлі.
8. Які існують договори у сфері оптової торгівлі?
9. Вкажіть ознаки оптових продовольчих ринків.
10. Хто має право здійснювати посередницьку діяльність у сфері оптової торгівлі?

ТЕМА 6
ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

6.1. Поняття, ознаки та функції роздрібної торгівлі

На сьогодні в чинному законодавстві України практично ще чітко не сформовано сутності поняття «retailing», що у перекладі з англійської означає «роздрібна торгівля». Поняття бере початок від старовинного французького слова retailer, що перекладається як «частина чого-небудь», «розрізати щось на шматочки»)[50], а також останнім часом роздрібну торгівлю, тобто процес розподілу товарної пропозиції відповідно до потреб споживачів стали називати «рітейлінгом».

Так, згідно з п. 4.4 Національного стандарту України ДСТУ 4303:2004 «Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять», роздрібна торгівля є видом економічної діяльності в сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачу та надання йому торговельних послуг[51].

Відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності[52] (КВЕД-2010) роздрібна торгівля включає продаж (продаж або перероблення) нових або уживаних товарів для особистого споживання або домашнього користування переважно населенню.

Згідно з Класифікатором видів економічної діяльності в Україні (КВЕД) «Торгівля» включає 115 класів, тобто видів і різновидів торгівлі, при цьому роздрібна торгівля охоплює

---

[50] Апопій В. В., Міщук І. П., Ребицький В. М. та ін. Організація торгівлі: підручник. 3-те вид. К.: Центр учбової літератури, 2009. 632, [28] с.

[51] Національний стандарт ДСТУ 4303:2004. URL: http://profiwins.com.ua/ru/directories1/dstu4303.html

[52] Класифікатор видів економічної діяльності. URL:https://kved.biz.ua/ Категорія: Секція_G

45 класів, майже 10 класів – торгівля послугами та посередництво в торгівлі.

У свою чергу, Закон України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів»[53] під роздрібною торгівлею розуміє діяльність з продажу товарів безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків, у тому числі на розлив у ресторанах, кафе, барах, інших підприємствах громадського харчування.

Норми Цивільного кодексу України[54] передбачають, що суб'єкти торговельних відносин мають певні зобов'язання один перед одним: продавець, який здійснює підприємницьку діяльність з продажу товару, зобов'язується передати покупцеві товар, що зазвичай призначається для особистого, домашнього або іншого використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю, а покупець зобов'язується прийняти товар і оплатити його.

Під роздрібною торгівлею розуміють підприємницьку діяльність з продажу товарів та послуг на підставі усного або письмового договору купівлі-продажу безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їхнього особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків[55]. У процесі торговельної діяльності роздрібна торгівля розв'язує триєдине завдання: задовольняє мінливі та зростаючі потреби

---

[53] Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів: Закон України від 19.12.1995 № 481/95-ВР // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/481/95-вр#Text

[54] Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 435-IV // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text

[55] Михаліцька Н. Я., Цвайг Х. І. Тенденції розвитку торговельного підприємництва в Україні. *Вісник Донецького національного університету.* Сер. В: Економіка і право. 2015. ВИП.1. С. 248–253.

кінцевого споживача в товарах та послугах, забезпечує створення прибутку суб'єкта господарювання, а для держави – надходження податків, зборів та інших обов'язкових платежів до бюджету різних рівнів, від ведення такої діяльності.

Головною перевагою роздрібної торгівлі є своєчасність та повнота здійснення розрахунків за товар. У процесі її здійснення момент отримання готівки співпадає з моментом відпуску товарів[56].

Ознаки роздрібної торгівлі:

1) окрема сфера комерційних відносин;

2) логістична складова доведення продукції від виробництва до споживання;

3) завершальний етап товароруху та обігу грошових коштів;

4) засіб забезпечення населення широким асортиментом доступних споживчих товарів та послуг для некомерційного використання;

5) стратегічний орієнтир розвитку заготівельного та виробничого сектору;

6) критерій узгодження купівельних можливостей населення та виробничих потужностей підприємств.

Саме роздрібна торгівля є завершальною фазою товарного обігу, завдяки якій товар передається споживачу в обмін на гроші з метою задоволення його потреб.

Роздрібна торгівля є невід'ємною частиною внутрішньої торгівлі, яка являє собою, з одного боку, форму господарсько-торговельної діяльності, що здійснюють суб'єкти підприємницької діяльності, а з іншого – форму організації товарного ринку.

Роздрібна торгівля може бути: товарами або послугами.

Правова природа роздрібної торгівлі розкривається не стільки в продукті її виробництва, скільки в сукупності притаманних їй функцій.

---

[56] Бурак І. О. Концептуальні підходи до визначення сутності та видів торговельної діяльності. *Молодий вчений*. 2016. № 3 (30). С. 26–30.

Під «функцією» (від лат. function) розуміється «виконання», «здійснення».

Роздрібна торгівля виконує такі основні функції:

1. Сортування товарів. Роздрібна торгівля бере участь у процесі сортування, збираючи асортимент товарів від великої кількості постачальників і пропонуючи їх для продажу.

2. Інформування споживачів через рекламу, вітрини й написи, а також персонал; іншим учасникам каналу збуту виявляється сприяння в маркетингових дослідженнях.

3. Розміщення товарів. Роздрібна торгівля зберігає товари, встановлює на них ціну, розташовує в торгових приміщеннях і здійснює інші операції з товарами.

4. Оплата товарів. Зазвичай продукція оплачується постачальникам до її продажу кінцевим споживачам.

5. Завершення операції купівлі-продажу. При цьому використовують відповідне розташування магазинів і час їх роботи, кредитну політику й надання різних додаткових послуг[57].

6.2. Правовий статус учасників роздрібної торгівлі

Центральне місце в роздрібній торгівлі займають учасники. Отже, суб'єкт торгівлі – це учасник торговельного процесу (покупець, продавець, посередник). Ними може бути окрема особа, сім'я, підприємець, підприємство, фірма, компанія, держава, міжнародна торговельна організація та інші. Досвід економічно розвинентих держав світу показує, що головна роль у розвитку торгівлі належить конкретним учасникам торговельних відносин, а держава покликана окреслити рамки їх ділової активності, стимулюючи та стримуючи її залежно від існуючих економічних пріоритетів. Тому слід розрізняти: 1) суб'єктів ведення торговельної діяльності та 2) суб'єктів організації торговельного

[57] Клочкова О. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку: автореф. дис. … канд. екон. наук: спец. 08.00.04. Х., 2011. 20, [16] с.

обслуговування. Якщо перші організовують та здійснюють торговельну діяльність, тобто забезпечують процес доведення товарів від виробника до споживача, то інші – створюють умови для функціонування та розвитку торгівлі, тобто здійснюють її контролювання.

Суб'єкт господарювання провадить торговельну діяльність після його державної реєстрації відповідно до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань»[58], а у випадках, передбачених Законом України «Про ліцензування видів господарської діяльності»[59], за наявності ліцензії.

Таким чином, можуть діяти такі два види суб'єктів ведення торговельної діяльності:

– фізичні особи – громадяни України, іноземці та особи без громадянства, наділені повною правоздатністю та дієздатністю, та які здійснюють торговельну діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці. Вони можуть бути зареєстровані як підприємці зі створенням юридичної особи та без створення юридичної особи. Частіше на практиці має місце останній варіант;

– юридичні особи – підприємства, організації, які здійснюють торговельну діяльність та зареєстровані в установленому ГК України та ЦК України порядку.

Для того щоб юридична особа мала право здійснювати роздрібну торгівлю, такий вид діяльності повинен бути передбачений у її установчих документах (статуті). Якщо роздрібною торгівлею планує займатися суб'єкт підприємницької

[58] Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань: Закон України від 15.05.2003 № 755-IV // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text

[59] Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України від 02.03.2015 № 222-VIII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text

діяльності – фізична особа, то при його державній реєстрації статут не потрібен.

Оскільки торговельній сфері України ще й досі притаманне таке явище, як стихійна торгівля, то зі складу суб'єктів ведення торгівлі «випадають» пенсіонери, інваліди та інші фізичні особи, які займаються торговельною діяльністю близько доріг, на зупинках, у транспортних засобах, що перевозять пасажирів, без реєстрації у встановленому порядку.

Роздрібна торгівля включає продаж товарів населенню для особистого споживання, організаціям, підприємствам для колективного споживання або господарських потреб. Товари продаються в основному через підприємства роздрібної торгівлі. Водночас продаж споживчих товарів здійснюється зі складів підприємств-виробників, продавців, посередницьких організацій, фірмових магазинів, заготівельних пунктів, майстерень, ательє і т. ін.

Суб'єкт господарювання для провадження роздрібної торговельної діяльності може мати: 1) роздрібну, 2) дрібнороздрібну торговельну мережу.

Що стосується загального поділу видів роздрібної торгівлі, який зводиться до трьох основних складових, а саме: базар (ринок), мережеві магазини та роздрібні магазини.

Базар (або місцевий ринок) – загальновживана назва торгового місця, де присутня велика кількість продавців і покупців, як правило, під відкритим небом; спеціально відведене місце у населених пунктах із легкими спорудами для демонстрації (показу) товарів. Базар є суб'єктом господарювання, який створюється за рішенням органу місцевої влади. Торгівля на базарі здійснюється як фізичними, так і юридичними особами різних форм власності. Усередині ринку повинні бути виділені спеціалізовані зони, в яких оснащені столи-прилавки, за якими встановлюються торгові місця. Прилавки розміщуються та оснащуються відповідно до санітарних та протипожежних правил. Торгові місця можуть мати й іншу архітектуру – у формі лотка (продавець і покупець спілкуються через віконце у прозорій вітрині).

Залежно від продукції можна виділити такі види базару: 1) продовольчий, на якому реалізуються продукти харчування; 2) речовий, на якому реалізуються непродовольчі продукти (одяг і взуття, побутова хімія, деталі інтер'єру, меблі, побутова техніка, предмети побуту та інше); 3) комбінований, на якому реалізуються як продукти харчування, так і непродовольчі товари (залежно від зони розміщення на загальній території ринку).

Цільовою аудиторією базару є жителі цього населеного пункту (чи району міста) та приїжджі особи усіх вікових категорій із рівнем доходу від нижче до вище середнього. Причиною купівлі товару саме на ринку може бути: зручне місце розташування ринку; порівняно з магазинами нижчий рівень цін на продукти; більший асортимент певних груп товарів (наприклад, овочів, фруктів, сухофруктів) порівняно з магазинами; стереотип «свіжості продуктів»; можливість поторгуватися з продавцями; довіра до існуючих продавців на ринку (особливо якщо вони реалізують власну домашню продукцію)[60].

Відповідно до п. 7 постанови Кабінету Міністрів України «Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів»[61] торговельними об'єктами у сфері роздрібної торгівлі є:

1) магазин, який може бути:

1.1) за товарною спеціалізацією: продовольчим (food); непродовольчим (not food); змішаним;

1.2) за товарним асортиментом: універсальним; спеціалізованим; вузькоспеціалізованим; комбінованим; неспеціалізованим;

[60] Задихайло Д. В., Пашков В. М., Бойчук Р. П. Господарське право: підручник. Х.: Право, 2012. 696 с.

[61] Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів: постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 № 833 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-п#Text

1.3) за методом продажу товарів: з індивідуальним обслуговуванням; самообслуговуванням; торгівлею за зразками; торгівлею за замовленням.

У найпростішому випадку магазини роздрібної торгівлі поділяються на такі формати, як: гіпермаркет, супермаркет, магазин біля будинку, мінімаркет.

Гіпермаркети є найбільшим типом торговельних мереж, який є динамічним сегментом роздрібної торгівлі, що, як правило, розташований у місцях, віддалених від місць проживання населення, за містом («Fozzy», «Ашан», «Караван», «Мегамаркет» тощо).

Супермаркет приваблює покупців широким асортиментом, наявністю власного виробництва хлібопекарських та кулінарних виробів, наявністю місць паркування, а також виробництвом продукції під власними торговельними марками («Сільпо», «Велика кишеня», «Рукавичка», «Фуршет», «Еко-маркет», «Novus», «Billa», «Наш край», «Varus»)[62].

Магазин біля будинку. Невеликий продовольчий магазин із торговою площею менше 400 м^2, як правило, за асортиментом схожий із супермаркетами, але в цьому форматі існує також і обслуговування через прилавок («Фора», «Квартал», «Рукавичка» тощо).

Мінімаркет – крамниця самообслуговування торговельною площею до 200 кв. м з асортиментом продовольчих товарів не менше 500 асортиментних позицій;

2) павільйон – торговельний об’єкт у роздрібній торгівлі, призначений для організації продажу товарів кінцевим споживачам, розміщений в окремій споруді полегшеної конструкції та має торговельну залу для покупців;

3) кіоск, ятка – торговельний об’єкт для організування роздрібного продажу товарів, який має постійне просторове місце,

[62] Лиса С. С. Класифікація форматів та особливості розвитку роздрібної торгівлі України. Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. 2017. Випуск 15. С. 254–258.

займає окрему закриту споруду некапітального типу на одне робоче місце без торговельної зали для покупців та додаткової площі для розміщування запасу товарів;

4) палатка, намет – торговельний об'єкт складанно-розбірної конструкції для організування роздрібного продажу товарів, без торговельної зали для покупців, на одне або кілька робочих місць із товарним запасом на один день торгівлі;

5) лоток, рундук – торговельний об'єкт для організування роздрібного продажу товарів обмеженого асортименту з використанням для їхнього викладання відкритого пристосування складанно-розбірної конструкції, легко переміщуваної з місця на місце;

6) склад товарний. У правовій літературі звертається увага на той факт, що, оскільки склади використовуються в різних сферах (постачання, виробництво, розподіл продукції), то вони мають не тільки певну спеціалізацію, а відповідно й різне функціональне призначення;

7) крамниця-склад, магазин-склад.

Науково-технічний прогрес і пов'язаний із цим економічний розвиток спричинили істотні зміни в роздрібній торгівлі та актуалізували необхідність створення й розвитку нових автоматизованих систем – торгових автоматів (вендинг)[63].

Вендинг (англ. vending от англ. vend – здійснювати торгівлю (через автомати) – це продаж товарів і послуг за допомогою автоматизованих систем (торгових автоматів) (наприклад, автомати з продажу гарячих напоїв, харчових продуктів, молока, води, фото- та інших послуг і т.д.).

[63] Микитенко Л. Вендинг: питання теорії та практики. Підприємство, господарство і право. 2019. № 6. С. 89–93.

6.3. Нормативно-правове забезпечення у сфері роздрібної торгівлі

Нормативно-правове регулювання посідає особливе місце в проведенні будь-якої діяльності. Саме нормативне регулювання є основою, яка забезпечує належне функціонування держави в особі її господарюючих суб'єктів. Від налагодженої законодавчої системи залежить не лише діяльність окремих підприємств, але й ефективне функціонування економіки будь-якої держави.

Нормативно-правові акти, які регламентують відносини, пов'язані з роздрібною торгівлею, досить різноманітні, оскільки роздрібна торгівля охоплює широке коло правових відносин.

Сукупність джерел торгового права формує їх систему із чітко визначеною організаційною структурою, взаємозумовленістю і взаємозалежністю нормативно-правових актів[64], упорядкованих за певною ієрархією.

Різноманітні питання, що пов'язані з роздрібною торгівлею (а це досить широкий спектр – оподаткування, захист прав споживачів, отримання дозволів, оренда та інші операції з нерухомістю, реклама тощо), регулюються сотнями законодавчих і нормативно-правових документів, розпоряджень, листів та інструкцій різних органів виконавчої влади, які стосуються торговельної діяльності у сфері роздрібної торгівлі.

Враховуючи особливості здійснення торговельної діяльності у сфері роздрібної торгівлі, можна класифікувати нормативно-правові акти за сферою дії на: 1) загальні та 2) спеціалізовані нормативно-правові акти.

Правове регулювання роздрібної торгівлі базується на положеннях Конституції України, яка у ст. 42 передбачає, що кожен

---

[64] Під нормативно-правовим актом слід розуміти офіційний письмовий документ, прийнятий чи виданий уповноваженим на це суб'єктом у визначеній законом форматі та за встановленою законом процедурою, загальнообов'язкових прав і обов'язків для неозначеного кола суб'єктів та розрахований на тривале, багаторазове застосування (норм права).

має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом[65]. Це право базується на свободі підприємницької діяльності, тобто на реальній можливості здійснення особою на власний розсуд і ризик господарської діяльності, не забороненої законом, з метою одержання прибутку. Чільне місце в системі прав і свобод особи займає право на підприємницьку діяльність.

Реалізація права неможлива без активної участі держави. Вона відбувається відповідним способом, з використанням належних засобів та дотриманням умов. Порядок організації реалізації права представляє собою цілий юридичний механізм. Щодо права на підприємницьку діяльність – він встановлений на законодавчому рівні як процедурно-правовий. Через те, реалізація права на підприємницьку діяльність не зводиться лише до закріплення цього права за суб'єктом, а означає користування правом у регламентованому законодавством процедурно-правовому порядку[66].

Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів.

Спеціальне законодавство у сфері роздрібної торгівлі можна умовно поділити на два блоки:

1) які безпосередньо регулюють роздрібну торгівлю;

2) які стосуються особливості продажу окремих груп продовольчих та непродовольчих товарів, а також здійснення різних видів роздрібної торгівлі.

Перший блок стосується безпосереднього регулювання роздрібної торгівлі. Основними актами законодавства тут виступають положення глава 30 Господарського кодексу

---

[65] Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // БД «Законодавство України» / ВР України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр #Text

[66] Бігняк О. Поняття права на підприємницьку діяльність. *Підприємництво, господарство і право.* 2006. № 2. С. 99–102.

України[67], який досить узагальнено регулює торговельну діяльність усіх сфер, залишаючи без уваги специфічні аспекти роздрібної торгівлі. Крім того, в існуючому законодавстві є чимало недоліків, у тому числі застарілих колізійних норм та прогалин, що зумовлене запровадженням в економіку України нових для неї форм здійснення роздрібної торгівлі, які ще не зазнали відповідного законодавчого регулювання. Згідно з п. 1 ст. 698 Цивільного кодексу України[68] за договором роздрібної купівлі-продажу продавець, який здійснює підприємницьку діяльність з продажу товару, зобов'язується передати покупцеві товар, що звичайно призначається для особистого, домашнього або іншого використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю, а покупець зобов'язується прийняти товар і оплатити його. Договір роздрібної купівлі-продажу є публічним (п. 2 ст. 698 ЦК України). Зокрема, Податковий кодекс України[69] регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема визначає вичерпний перелік податків та зборів, що справляються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки у сфері торгівлі.

До законів та інших нормативно-правових актів, які безпосередньо регулюють роздрібну торгівлю можна віднести:

– Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII[70] регулює відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та виробниками і продавцями товарів,

---

[67] Господарського кодексу України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text

[68] Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 435-IV // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text

[69] Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text

[70] Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text

виконавцями робіт і надавачами послуг різних форм власності, встановлює права споживачів, а також визначає механізм їх захисту та основи реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів;

– Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 № 236/96-ВР[71] визначає правові засади захисту суб'єктів господарювання і споживачів від недобросовісної конкуренції;

– Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» від 02.03.2015 № 222-VIII[72] регулює суспільні відносини у сфері ліцензування видів господарської діяльності, визначає виключний перелік видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, встановлює уніфікований порядок їх ліцензування, нагляд і контроль у сфері ліцензування, відповідальність за порушення законодавства у сфері ліцензування видів господарської діяльності;

– Закон України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» від 06.07.1995 № 265/95-ВР[73] визначає правові засади застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг. Дія його поширюється на усіх суб'єктів господарювання, їх господарські одиниці та представників (уповноважених осіб) суб'єктів господарювання, які здійснюють розрахункові операції у готівковій та/або безготівковій формі;

---

[71] Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр#Text

[72] Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України від 02.03.2015 № 222-VIII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text

[73] Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 06.07.1995. № 265/95-ВР // БД «Законодавство України» / ВР України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-вр#Text

– постанова Кабінету Міністрів України «Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів» від 15.06.2006 № 833[74] визначають загальні умови провадження торговельної діяльності суб'єктами оптової торгівлі, роздрібної торгівлі, закладами ресторанного господарства, основні вимоги до торговельної мережі, мережі закладів ресторанного господарства і торговельного обслуговування споживачів (покупців), які придбавають товари у підприємств, установ та організацій незалежно від організаційно-правової форми і форми власності, фізичних осіб-підприємців та іноземних юридичних осіб, що провадять підприємницьку діяльність на території України;

– наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України «Правила роботи дрібнороздрібної торговельної мережі» від 08.07.1996 № 369[75] визначає вимоги до організації дрібнороздрібної торговельної мережі, її приміщень та обладнання і поширюються на суб'єкти господарювання всіх форм власності, що здійснюють підприємницьку діяльність у сфері торгівлі та ресторанного господарства;

– наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України «Інструкція про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібної торгівлі та закладах ресторанного господарства» від 04.01.1997 № 2[76]

---

[74] Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів: постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 № 833 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-п #Text

[75] Правила роботи дрібнороздрібної торговельної мережі: наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 08.07.1996 № 369 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0372-96#Text

[76] Інструкція про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібної торгівлі та закладах ресторанного господарства: наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 04.01.1997 № 2 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0004-97 #Text

визначає основні вимоги щодо порядку позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібної торгівлі, закладах ресторанного господарства та спрямована на дотримання прав споживачів щодо одержання необхідної, доступної та достовірної інформації про ціни на товари;

– наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України «Правила роздрібної торгівлі продовольчими товарами» від 11.07.2003 № 185[77] регламентує порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу і продаж продовольчих товарів через роздрібну торговельну мережу, а також визначає вимоги в дотриманні прав споживачів щодо якості й безпеки товару та рівня торговельного обслуговування;

– наказ Міністерства економіки України «Правила роздрібної торгівлі непродовольчими товарами» від 19.04.2007 № 104[78] регламентує порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу та продажу непродовольчих товарів через роздрібну торговельну мережу, а також визначають вимоги щодо дотримання прав споживачів стосовно належної якості та безпеки товарів і рівня торговельного обслуговування.

Другий блок стосується особливостей продажу окремих груп продовольчих та непродовольчих товарів, а також здійснення різних видів роздрібної торгівлі, це:

– Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 21.06.2012 № 5007-VI[79] визначає основні засади цінової політики і регулює

[77] Правила роздрібної торгівлі продовольчими товарами: наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 11.07.2003 № 185 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03#Text

[78] Правила роздрібної торгівлі непродовольчими товарами: наказ Міністерства економіки України від 19.04.2007 № 104 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07#Text

[79] Про ціни і ціноутворення: Закон України від 21.06.2012. № 5007-VI // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text

відносини, що виникають у процесі формування, встановлення та застосування цін, а також здійснення державного контролю (нагляду) та спостереження у сфері ціноутворення;

– постанова Кабінету Міністрів України «Правила побутового обслуговування населення» від 16.05.1994 № 313[80] визначає основні вимоги до побутового обслуговування населення і регулюють відносини між замовниками та виконавцями у наданні побутових послуг на території України;

– постанова Кабінету Міністрів України «Правила роздрібної торгівлі, прокату примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних» від 04.11.1997 № 1209[81] визначає основні вимоги до здійснення роздрібної торгівлі, прокату, зберігання примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних та спрямовані на захист прав споживачів у частині забезпечення належної якості таких примірників і правомірного користування ними.

– постанова Кабінету Міністрів України «Правила роздрібної торгівлі нафтопродуктами» від 20.12.1997 № 1442[82] визначає порядок роздрібної торгівлі пальним, оливами, мастилами, розфасованими нафтопродуктами, а також регламентують вимоги стосовно дотримання прав споживачів щодо належної якості нафтопродуктів, безпеки для життя та здоров'я споживачів і рівня торговельного обслуговування;

---

[80] Правила побутового обслуговування населення: постанова Кабінету Міністрів України від 16.05.1994 № 313 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/313-94-п#Text

[81] Правила роздрібної торгівлі, прокату примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних: постанова Кабінету Міністрів України від 04.11.1997 № 1209 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1209-97-п#Text

[82] Правила роздрібної торгівлі нафтопродуктами: постанова Кабінету Міністрів України від 20.12.1997 № 1442 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1442-97-п#Text

– постанова Кабінету Міністрів України «Правила торгівлі дорогоцінними металами (крім банківських металів) і дорогоцінним камінням, дорогоцінним камінням органогенного утворення та напівдорогоцінним камінням у сирому та обробленому вигляді і виробами з них, що належать суб'єктам господарювання на праві власності» від 04.06.1998 № 802[83] встановлює порядок торгівлі на території України дорогоцінними металами (крім банківських металів) і дорогоцінним камінням, дорогоцінним камінням органогенного утворення та напівдорогоцінним камінням у сирому та обробленому вигляді і виробами з них, що належать суб'єктам господарювання на праві власності;

– постанова Кабінету Міністрів України «Правила роздрібної торгівлі та надання послуг з постачання скрапленого вуглеводневого газу для побутових потреб населення та інших споживачів» від 20.11.2003 № 1790[84] визначає порядок приймання, зберігання, роздрібної торгівлі і надання послуг з постачання скрапленого вуглеводневого газу для побутових потреб населення та інших споживачів суб'єктами господарювання, які зареєстровані в установленому порядку та мають ліцензію на право роздрібної торгівлі пальним;

[83] Правила торгівлі дорогоцінними металами (крім банківських металів) і дорогоцінним камінням, дорогоцінним камінням органогенного утворення та напівдорогоцінним камінням у сирому та обробленому вигляді і виробами з них, що належать суб'єктам господарювання на праві власності: постанова Кабінету Міністрів України від 04.06.1998 № 802 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/802-98-п#Text

[84] Правила роздрібної торгівлі та надання послуг з постачання скрапленого вуглеводневого газу для побутових потреб населення та інших споживачів: постанова Кабінету Міністрів України від 20.11.2003 № 1790 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1790-2003-п#Text

– постанова Кабінету Міністрів України «Правила торгівлі у розстрочку фізичним особам» від 30.03.2011 № 383[85] встановлює порядок продажу резидентами або нерезидентами непродовольчих товарів фізичним особам у розстрочку, тобто на умовах розстрочення кінцевого розрахунку, на визначений строк та під відсоток;

– постанова Кабінету Міністрів України «Порядок здійснення оптової та роздрібної торгівлі транспортними засобами та їх складовими частинами, що мають ідентифікаційні номери» від 11.11.2009 № 1200[86] визначає механізм провадження торговельної діяльності у сфері оптової та роздрібної торгівлі автомобілями, автобусами, мотоциклами всіх типів, марок і моделей, причепами, напівпричепами та мотоколясками, тракторами, самохідними шасі, самохідними сільськогосподарськими, дорожньо-будівельними і меліоративними машинами, сільськогосподарською технікою, іншими механізмами та транспортними засобами вітчизняного та іноземного виробництва та їх складовими частинами (двигуни, шасі, кузови, рами), що мають ідентифікаційні номери, а також тими транспортними засобами та їх складовими частинами, що мають ідентифікаційні номери, які перебували в користуванні і були зареєстровані в установленому законодавством порядку;

– наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків України «Правила комісійної торгівлі непродовольчими товарами» від 13.03.1995 № 37[87] регламентує порядок комісійної торгівлі

---

[85] Правила торгівлі у розстрочку фізичним особам: постанова Кабінету Міністрів України від 30.03.2011 № 383 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/383-2011-п#Text

[86] Порядок здійснення оптової та роздрібної торгівлі транспортними засобами та їх складовими частинами, що мають ідентифікаційні номери: постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2009 № 1200 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1200-2009-п#Text

[87] Правила комісійної торгівлі непродовольчими товарами: наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків України від 13.03.1995 № 37 //

непродовольчими товарами і поширюються на відносини, що виникають між суб'єктами господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності (комісіонер), які укладають з фізичними особами (комітент) договори комісії та здійснюють продаж прийнятих від них нових та вживаних товарів, і споживачами;

– наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України «Правила роздрібної торгівлі картоплею та плодоовочевою продукцією» від 08.07.1997 № 344[88] регламентує порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу та продаж картоплі, овочів, баштанних культур, ягід, плодів, винограду, горіхів, грибів, плодів цитрусових, субтропічних та тропічних культур, дикорослих плодів і ягід у свіжому, сушеному, свіжозамороженому, переробленому та консервованому вигляді, а також визначають вимоги у дотриманні прав споживачів щодо належної якості товарів і рівня торговельного обслуговування;

– наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України та Міністерства культури і мистецтв України «Правила торгівлі антикварними речами» від 29.12.2001 № 322/795[89] визначає основні вимоги щодо організації торгівлі антикварними речами в роздрібній торговельній мережі та на аукціонах і спрямовані на забезпечення належного рівня торговельного обслуговування та збереження культурних цінностей;

БД «Законодавство України» / ВР України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0079-95#Text

[88] Правила роздрібної торгівлі картоплею та плодоовочевою продукцією: наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків України від 08.07.1997 № 344 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0353-97#Text

[89]Правила торгівлі антикварними речами: наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України та Міністерства культури і мистецтв України від 29.12.2001 № 322/795 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0058-02#Text

– наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, Міністерства внутрішніх справ України, Державної податкової адміністрації України, Державного комітету стандартизації, метрології та сертифікації України «Правила торгівлі на ринках» від 26.02.2002 № 57/188/84/105[90] визначають вимоги щодо функціонування створених в установленому порядку ринків усіх форм власності, організації оптового та роздрібного продажу на них сільгосппродуктів, продовольчих і непродовольчих товарів, худоби, тварин, кормів тощо, надання послуг, додержання ветеринарних, санітарних, протипожежних вимог і правил безпеки праці на ринках, прав споживачів і вимог податкового законодавства;

– наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України «Правила роздрібної торгівлі тютюновими виробами» від 24.07.2002 № 218[91] визначає порядок роздрібної торгівлі сигаретами, цигарками, сигарами, сигарилами, тютюном люльковим, нюхальним, смоктальним, жувальним та іншими виробами з тютюну і його замінниками, вони спрямовані на додержання прав споживачів щодо належної якості товару і рівня торговельного обслуговування;

– наказ Міністерства економіки України «Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями» від 19.04.2007 № 103[92] визначає

[90]Правила торгівлі на ринках: наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, Міністерства внутрішніх справ України, Державної податкової адміністрації України, Державного комітету стандартизації, метрології та сертифікації України від 26.02.2002 № 57/188/84/105 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-02#Text

[91]Правила роздрібної торгівлі тютюновими виробами: наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 № 218 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0679-02#Text

[92]Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями: наказ Міністерства економіки України від 19.04.2007

відносини між споживачем і суб'єктом господарювання – продавцем товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями на підставі договору купівлі-продажу, укладеного на відстані чи поза торговельними або офісними приміщеннями, а також регламентують вимоги в дотриманні прав споживачів щодо належної якості, безпеки і належного торговельного обслуговування.

6.4. Господарсько-договірні відносини у сфері роздрібної торгівлі

Здійснення будь-якої торговельної діяльності супроводжується системою договорів, якщо говорити саме про господарсько-договірні відносини у сфері роздрібної торгівлі, то їх систематизують у таку групу договорів:

– договори на реалізацію майна, продукції (купівлі-продажу, поставки, контрактації сільськогосподарської продукції, міни (бартеру), забезпечення електроенергією, газом, водою тощо);

– договори про використання майна (договір оренди, лізингу);

– договори про виконання робіт – пов'язані, як правило, із проєктуванням, будівництвом нових, розширенням, реконструкцією, капітальним ремонтом та реставрацією чинних об'єктів і споруд як виробничого, так і невиробничого призначення (невиробничі фонди), із ремонтом або поліпшенням якісних характеристик виробничого обладнання тощо (договір підряду на капітальне будівництво);

– договори про надання послуг (договори транспортного експедирування, складського зберігання, банківського рахунка, страхування комерційних ризиків), а також посередницькі договори, які сприяють ринковому обміну результатів як

№ 103 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1181-07#Text

матеріального, так і нематеріального виробництва (комісія, доручення, агентські та дистриб'юторські договори та ін.) тощо.

Класифікація господарсько-договірних відносин у сфері роздрібної торгівлі:

1) за порядком формування зв'язків, на яких базується договір:

– прямі, що укладаються безпосередньо між контрагентами;

– посередницькі, за якими учасники договірних зв'язків обслуговують не власні інтереси, а інтереси третіх осіб (наприклад, договори доручення, комісії, агентування);

2) за юридичною підставою укладання договору:

– загальний спосіб укладення;

– спеціальний порядок (передбачає укладення договорів, які мають свої особливості, наприклад, аукціон, конкурс, біржовий спосіб);

3) за моментом, з якого договір вважається укладеним:

– реальні (наприклад, у договорі оренди: вважається укладеним з моменту надання речі в оренду);

– консенсуальні (необхідне узгодження волі сторін при укладенні щодо всіх істотних умов (договір підряду, постачання);

– формальні (для укладання формального господарського договору необхідні два моменти: узгодження волевиявлення сторін (консенсус) і вираження волі в певній (загалом визначеній законом) формі (договір позики, договір перевезення));

4) за регулятивною функцією:

– попередні й основні господарські договори. Попередній договір визначає умови, на яких сторони зобов'язуються в певний строк укласти господарський договір («договір про договір»). Такий договір є необхідним щодо тих господарських відносин, у яких для укладання основного договору треба здійснити низку дій, без яких його неможливо укласти (підряд на капітальне будівництво складного об'єкта);

– генеральні й поточні господарські договори. Перший укладається на весь період діяльності, яка регулюється. Генеральний договір визначає істотні умови співробітництва сторін протягом усього періоду здійснення відповідної діяльності. Поточні (разові) договори укладають на підставі генерального договору як такі, що розраховані на певні (короткі) проміжки часу. Поточні договори, як правило, не включають умов, не передбачених генеральним договором, інакше це був би новий (окремий) договір;

5) за ступенем складності

– прості договори, що містять ознаки договору одного виду (договір купівлі-продажу, перевезення, підряду);

– комплексні (складні) договори передбачають наявність ознак кількох договорів (договір факторингу, договір підряду на капітальне будівництво, договір лізингу, концесійний договір та ін.);

6) за строками дії:

– довгострокові – укладаються на строк понад 5 років (концесійний договір, договір оренди цілісного майнового комплексу підприємства);

– середньострокові – строком дії від 1 до 5 років (договори підряду на капітальне будівництво);

– короткострокові – строком дії до 1 року; в цих договорах переважають майнові елементи;

– разові укладаються на одну господарську операцію.

7) за порядком визначення ціни товару серед господарських договорів вирізняються:

– договори з вільними ринковими цінами;

– договори з державними регульованими цінами.

Виходячи із змісту господарської діяльності розповсюдженим є поділ за ознакою переміщенням матеріальних благ. Зокрема такі договори поділяються на оплатні господарські договори та господарські договори, які носять безоплатний характер;

8) залежно від спрямованості господарські договори поділяють на дві групи:

– договори з просування товарно-матеріальних цінностей (купівля-продаж, міна, постачання, комісія і т. ін.);

– договори з обслуговування підприємства (договори схову, перевезення, надання рекламних послуг тощо);

9) за формою та ступенем організації ринку, у межах якого укладено договір, виокремлюють такі:

– біржові договори;

– договори, укладені в межах звичайних виробничих ринків (ринків робіт, послуг);

– договори, укладені в межах електронного ринку, тобто через мережу Інтернет.

10) за економіко-правовими результатами, виокремлюються такі різновиди господарських договорів: збутові, за допомогою яких здійснюється збут результатів господарської діяльності, які набули майново-товарної форми. За цими договорами відбувається перехід права власності на товар від одних суб'єктів економічної діяльності до інших.

11) залежно від домінування в господарському договорі майнових чи організаційних елементів розрізняють:

– майнові договори (договори на реалізацію майна, договори про використання майна, договори про виконання робіт, договори про надання послуг);

– організаційні договори (засновницький договір, договір на реалізацію інвестиційного проєкту в спеціальних економічних зонах).

За складом суб'єктів розрізняються дво- і багатосторонні договори. У сфері роздрібної торгівлі це, як правило, двосторонні договори, наприклад, поставка продукції (сторони – постачальник і покупець – ст. 265 ГК України).

За способом оферти і визначення змісту розрізняють: договір вільного волевиявлення, примірний договір, типовий договір, публічний договір (ст. 633 ЦК України і ст.178 ГК України) та договір приєднання.

Особливості виконання публічних зобов'язань передбачає ст. 178 ГК України. Так, суб'єкт господарювання, який відповідно до закону та своїх установчих документів зобов'язаний здійснювати виконання робіт, надання послуг або продаж товарів кожному, хто до нього звертається на законних підставах, не має права відмовити у виконанні робіт, наданні послуг, продажу товару за наявності у нього такої можливості або надавати перевагу одному споживачеві перед іншими, крім випадків, передбачених законодавством.

Зокрема, за сегментом ринкових відносин виділяють договори у сфері продовольчих ринків, договори у сфері торгівлі непродовольчими товарами[93].

За методами регулювання економічних відносин на різних рівнях господарського механізму виділяють: господарсько-оперативні договори – це договори, що укладалися між організаціями та опосередковували передання продукції (майна) у власність або тимчасове користування, договори про виконання робіт та договори про надання послуг, спільне виконання робіт; господарсько-управлінські договори – це договори, в яких сторонами є господарські органи, які знаходилися як у відносинах підпорядкування, так і на однорівневому господарському механізмові; внутрішньогосподарські договори де однією із сторін був внутрішній підрозділ, а його контрагентом, як правило, господарський орган у цілому.

За критеріями суб'єктного складу, типізації приватних і публічних інтересів, які реалізуються в договорах, та договірної мети В. Мілаш пропонує в межах господарського виробничого договору виокремити такі види, як комерційний договір, господарсько-споживчий договір, договір за участю органів державної

[93] Проблеми правового регулювання договірних відносин суб'єктів господарювання: монографія / В. М. Адам та ін.; за заг. ред. М. С. Долинської. Львів: ТОВ «Галицька видавнича спілка», 2019. 247 с.

влади, органів місцевого самоврядування та господарський некомерційний договір (перші два стосуються роздрібної торгівлі)[94].

Комерційний договір – це досягнутий між суб'єктами господарювання правочин відносно здійснення ними товарного обміну об'єкта (об'єктів) господарських прав з метою отримання прибутку та досягнення інших соціально-економічних ефектів. Більшість комерційних договорів є договорами з тривалими термінами виконання, що посилює ризикованість їх здійснення. Такі договори опосередковують як однорідні господарські операції (постачання товару партіями), так і різнорідні (наприклад, ті що охоплюються франчайзингом); одну господарську операцію, яка триває в часі (передання майна в користування.

Найбільш поширеним видом договорів за участю суб'єкта господарювання є господарсько-споживчий договір як досягнутий між суб'єктом господарювання та споживачем акт згоди щодо здійснення товарного обміну об'єкта (об'єктів) господарських прав, де одна зі сторін виступає з господарською метою, а інша – зі споживчою.

У ст. 2 ГК України споживачів названо учасниками відносин у сфері господарювання, проте не визначено різновид господарських відносин, учасниками якого вони є. Утім, незалежно від того, хто і з якою метою виступає на боці покупця, для продавця – суб'єкта господарювання діяльність щодо реалізації (збуту) товару є господарською та здійснюється в межах споживчого ринку як сфери особливої уваги держави.

Договори, за допомогою яких відбувається переміщення товару зі сфери виробничого ринку у сферу споживчого (господарсько-споживчі договори), мають складний подвійний характер. З одного боку, такими договорами опосередковується господарська діяльність продавця товару (у широкому значенні слова), з іншого – сам товар переходить у сферу споживання (побутову сферу). Продавець та покупець у таких договорах

[94] Мілаш В. С. Перспективи модернізації договірних правовідносин у сфері господарювання: монографія. Х.: ХНУМГ, 2014. 227 с.

підпорядковуються різним правовим режимам. Перший діє на підставі публічних і приватноправових норм, другий не виходить за межі приватної сфери. Різниця у правовому режимі, за яким діє підприємець, з одного боку, та його договірні партнери (громадяни, некомерційні організації) – з іншого, обумовлюється різницею цілей, які поставлено перед ними: підприємцю потрібний прибуток, а його контрагентам – його товари (роботи, послуги), які він надає.

Якщо комерційний договір під час формування виробничих відносин є одним із засобів впливу на виробничий ринок, договір за участю споживача – головним юридичним засобом впливу на споживчий ринок.

Питання для самоконтролю

1. Вкажіть, яку роль відіграє роздрібна торгівлі у сфері господарювання.
2. Дайте визначення поняття «роздрібна торгівля».
3. Назвіть основні функції роздрібної торгівлі.
4. Вкажіть характерні ознаки роздрібної торгівлі.
5. Назвіть форми роздрібної торгівлі.
6. Назвіть класифікацію посередників магазинної торгівлі за різними критеріями.
7. Назвіть «сім правил» логістики.
8. Дайте характеристику позамагазинної роздрібної торгівлі.
9. Назвіть права й обов’язки учасників роздрібної торгівлі.

ТЕМА 7
ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

7.1. Поняття та види електронної торгівлі

Стрімкий розвиток сучасних інформаційних технологій та Всесвітньої мережі «Інтернет» суттєво сприяють розбудові інформаційного суспільства, однією із ознак якого є широке використання інформаційних технологій, зокрема у галузі торгівлі. У зв'язку з невпинним розвитком інформаційних мереж формуються й нові суспільні інститути, а у міжнародних економічних відносинах з'являється таке соціальне явище, як «електронна комерція» (е-комерція).

У широкому розумінні під е-комерцією розуміють здійснення господарських (економічних) операцій із застосуванням послуг, що надаються за допомогою глобальних інформаційних електронно-цифрових (комп'ютерних) технологій та технологій електронного зв'язку (телекомунікацій).

Загалом електронна комерція (e-commerce) – це форма організації бізнесу, за якою вибір і замовлення товару чи послуг виконується із використанням комп'ютерної мережі, а оплата здійснюється на основі використання електронних документів та платіжних засобів (картки, електронні чеки, електронні гроші). Фактично електронна комерція – це система Інтернет-комерції (SIC). При цьому інтернет, згідно зі ст. 1 Закону України «Про телекомунікації» (від 18.11.2003 № 1280-IV), це всесвітня інформаційна система загального доступу, яка логічно пов'язана глобальним адресним простором та базується на інтернет-протоколі, визначеному міжнародними стандартами.

До економічних переваг електронної комерції відносять: істотне зниження витрат на організацію та функціонування інфраструктури господарської діяльності; зниження витрат на

рекламу; підвищення конкурентоспроможності та мінімізація собівартості товару; скорочення часу виходу на ринки, оперативність укладення та виконання господарських договорів; отримання доступу до глобальних ринків та істотне розширення ринку збуту товарів і послуг для продавця; доступність інформації про товари і послуги, що реалізуються; розширений вибір продукції, товарів і послуг для покупця.

Визначальним чинником швидкого зростання кількості господарських операцій з використанням інтернет-технологій є легкість доступу до інтернет-ресурсів і, як наслідок, доступність її широким верствам користувачів. Сприяючим фактором є також електронна система розрахунків і неналежний контроль (або взагалі його повна відсутність) з боку держави за електронною торгівлею у мережі. У зв'язку з цим, за сучасних умов електронна комерція набуває все більшого поширення у світі, в Європі та Україні зокрема.

Однак перелічені переваги і надають додаткові можливості для зловживань і вчинення умисних злочинних посягань на різноманітні суспільні відносини, що потребує відповідного правового регулювання.

На сьогодні у вітчизняній нормативно-правовій базі велика кількість питань у цій сфері залишається неврегульованою, що часто призводить до порушення прав та інтересів фізичних та юридичних осіб.

Одна із перешкод належному правовому регулюванню пов'язана з невизначеністю поняття електронна комерція, що має безпосередній зв'язок із поняттям «електронна торгівля». Для прикладу можна навести цілий ряд визначень поняття «електронна комерція».

Подібна невизначеність призводить до того, що в більшості наукових і навчальних джерел поряд із поняттям електронна комерція використовуються також терміни «електронний бізнес» та «електронна торгівля». При цьому «електронна комерція» та «електронна торгівля» (е-торгівля) взагалі часто розглядаються

як синоніми. Це суттєво перешкоджає реалізації відповідних форм правозастосування, а тому особливо важливим є чітке наукове визначення сутності перелічених, а також пов'язаних із ними термінів-понять.

Таблиця 5

Деякі визначення поняття «електронна комерція»

Автор	Визначення
Тардаскіна Т. М.	Вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційних комунікаційних технологій
Царьов Р. Ю.	Будь-яка транзакція, яка здійснюється через комп'ютерну мережу, внаслідок якої право власності або право використання товару або послуги було передано від однієї особи до іншої
Маєвська А. А.	Використання електронних комунікацій та технологій обробки цифрової інформації для встановлення та змін відносин створення вартості між організаціями та між організаціями та індивідами
Мартовий А. В.	Діяльність організації або індивіда, переважно орієнтована на отримання прибутку в результаті угод і транзакцій в Інтернеті
Юдін О. М.	Ділова активність з купівлі-продажу товарів і послуг, що передбачає взаємодію сторін на основі інформаційних мереж (без безпосереднього фізичного контакту)
Полях В. М.	Специфічна частина електронного бізнесу, яка включає в себе суспільні відносини стосовно купівлі-продажу товарів, послуг та інформації через інтернет з використанням усіх інструментів, які доступні в мережі

Концепції «електронного бізнесу» та «електронної комерції» виникли в США у 80-х роках минулого століття і вони були результатом розвитку ранніх ідей глобальної інформаційної економіки[95].

[95] Міщенко В. І., Шаповалов А. В., Юрчук Г. В. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг: практик. посіб. К.: "Знання", КОО, 2003. 278 с.

Перший загальноприйнятий стандарт було прийнято у 1984 р. у рамках Комісії ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ).

Нині до електронної комерції відносять такі форми господарської діяльності: 1) електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI); 2) електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFT); 3) електронну торгівлю (e-trade); 4) електронні гроші (e-cash); 5) електронний маркетинг (e-marketing); 6) електронний банкінг (e-banking); 7) електронні страхові послуги (e-insurance).

Загалом електронна комерція охоплює три групи суспільних відносин:

1) відносини, що пов'язані з укладенням правочинів у сфері господарювання з використанням мережі електрозв'язку;

2) відносини, що пов'язані з використанням та обміном електронними документами;

3) відносини, що пов'язані з використанням електронних підписів.

Спрощена модель електронної комерції складається із:

– власників пластикових карток, які, як правило, через інтернет мають доступ до віртуальних постачальників послуг (магазинів, банків, туристичних фірм);

– віртуальних постачальників послуг (онлайн магазини, банки, туристичні фірми, страхові компанії тощо), які мають доступ до своїх каталогів послуг через комп'ютерні мережі;

– платіжної системи, представленої банками-емітентами (картки);

– телекомунікаційної інфраструктури;

– розвиненої системи стандартизації клієнтів і постачальників інформації.

Існують ряд різновидів електронної комерції, серед яких: поставка; угода про розподіл продукції, агентські відносини, факторинг, лізинг, проєктування, консалтинг, інжиніринг, інвестиційні контракти, страхування, угоди про експлуатацію та концесії,

банківські послуги, спільна діяльність та інші форми ділового співробітництва, транспортні послуги[96] тощо. Однак найпоширенішою на сьогодні формою електронної комерції є купівля-продаж.

Торгівля в інтернеті (електронна торгівля) стала одним із наймогутніших сегментів національних економік у промислово-розвинених країнах. У контексті міжнародного економічного права категорію «інтернет-торгівля» пропонується розглядати як сферу міжнародних економічних відносин із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій, у тому числі технологій електронної телекомунікації.

У вузькому змісті пропонується розглядати категорію «інтернет-торгівля» – як сферу здійснення економічних операцій, пов'язаних із торгівлею товарів, робіт, послуг із застосуванням електронно-цифрових технологій телекомунікації для отримання прибутку.

Одне з перших наукових визначень «електронної торгівлі» було дано 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, а електронна комерція включає відносини купівлі продажу й угоди між компаніями, а також загальні процеси, які підтримують торгівлю в межах окремих фірм»[97].

16 грудня 1996 р. на 85 пленарному засіданні Комісії ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) було прийнято і затверджено резолюцією Генеральної Асамблеї ООН A/51/628 від 30.01.1997 Типовий закон «Про електронну торгівлю». Комісія

---

[96] Ларин В. В., Лебедев А. Н., Солвьяненко Н. И. Правовое регулирование заключения сделок на современном этапе. URL: http:www.vlarin.chat.ru\\larin\diplom.htm.

[97] Zwass V. Electronic Commerce: Structures and Issues. *International Journal of Electronic Commerce*. 1996. Vol. 1, №. 1, Fall. P. 3–23. URL: http://www.gvsu.edu/ssd/ijec/v1n1/p003full.html

ООН (ЮНСІТРАЛ) визначає електронну торгівлю як організацію і технологію купівлі продажу товарів, послуг електронним способом з використанням телекомунікаційних мереж та електронних фінансово-економічних інструментів.

За визначенням Світової організації торгівлі, електронна торгівля – це організація процесу товарно-грошового обміну у формі купівлі-продажу на базі електронних технологій.

Законом України «Про електронну комерцію» № 675-VIII (далі – Закон № 675-VIII) п. 1 ч.1 ст. 3 визначено, що електронна комерція – це відносини, спрямовані на отримання прибутку, що 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. Цією статтею покладено край дискусіям щодо співвідношення понять «електронна комерція» та «електронна торгівля».

Електронною торгівлею визнано господарську діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем. Тобто електронна торгівля є частиною електронної комерції.

Важливим для розвитку електронної торгівлі є визначення змісту ряду пов'язаних понять, серед яких наступні.

Електронний магазин – це спеціалізований веб-сайт, що належить фірмі-виробнику або торговельній фірмі і призначений для просування товарів на ринок, збільшення обсягу продажу, залучення нових покупців. На цих сайтах є можливість вибрати товар, оформлювати замовлення і робити оплату через інтернет.

Електронний торговельний центр – це вебсайт, що містить безліч електронних магазинів і каталогів, об'єднаних загальним місцем розташування, де покупець використовує той самий механізм реєстрації та оплати.

Електронний аукціон – точно відтворює процедуру торгів за лотами на звичайному аукціоні. Провайдер такої системи заробляє на відсотках від транзакцій, а також на продажі програмного забезпечення для участі в торгах.

Електронний довідник-каталог – це спеціалізований вебсайт для проведення тендерів серед постачальників. За його допомогою клієнт може вибрати постачальника товарів для подальших переговорів із ним. Застосовується компаніями для полегшення участі в тендерах, для просування своєї торговельної марки і зниження витрат з маркетингу.

Зважаючи, що згідно із законодавством електронна торгівля становить складову електронної комерції для повнішого розуміння сутності поняття «електронна торгівля», важливим є врахування ознак електронної комерції загалом.

До них відносять: 1) комплексність: електронна комерція є системним поняттям, що включає в себе відносини у сфері електронних документів та документообігу, у сфері укладення правочинів, у сфері використання електронних підписів; 2) наявність мережі електрозв'язку: середовищем для вчинення правочинів та надання банківських послуг є мережа електрозв'язку; 3) диспозитивний підхід до вибору мережі електрозв'язку: не вимагається використання конкретної мережі. Здебільшого така діяльність здійснюється з використанням інтернету, однак не виключається можливість використання інших; 4) невичерпність переліку правочинів, які можуть укладатися з використанням мереж електрозв'язку: законодавством не встановлено обмежень ні щодо предмета, ні щодо виду правочинів, які укладаються вищевказаним способом.

Для повнішого розуміння сутності поняття «електронна торгівля» важливе врахування сутності пов'язаних з ним інших понять. Це стосується найбільш узагальнюючих понять вітчизняного законодавства. Серед них, по-перше, поняття «торгівля» – будь-які операції, що здійснюються за договорами купівлі-продажу, міни, поставки та іншими цивільно-правовими договорами,

які передбачають передачу прав власності на товари[98], та, по-друге, – поняття «господарсько-торговельна діяльність», що відповідно до ст. 263 ГК України є діяльністю, 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.

Електронну торгівлю розглядають як форму ділової активності (бізнесу, підприємницької діяльності) за сферами економічної діяльності, змістом якої є будь-які операції, що здійснюються за цивільно-правовими договорами, які 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[99]. Електронна торгівля є зручним засобом вирішення як побутових, так і виробничих проблем фізичних і юридичних осіб та засобом економії часу.

На шляху розвитку в Україні електронної торгівлі та електронної комерції загалом постає ряд перешкод. У їх переліку: шахрайські трансакції, які здійснюються за допомогою викрадених реквізитів карток; магазини, що зникають з ринку після успішно виконаних афер; фіктивні магазини, призначені для збору інформації про картки клієнтів; психологічний фактор тощо. Найбільш небезпечним, звичайно, є шахрайство. За допомогою мережі інтернет здійснюється більше тридцяти видів шахрайських дій[100].

---

[98] Про ліцензування певних видів господарської діяльності: Закон України від 01.06.2000 № 1775-III // БД «Законодавство України» / ВР України. URL. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1775-14#Text (втратив чинність).

[99] Електронна торгівля (правовий аспект регулювання): монографія / А. М. Новицький та ін.; за заг.ред. В. В. Костицького. К.: «МП Леся», 2007. 212 с.

[100] Возний М. І. Міжнародна електронна торгівля. *Проблеми та перспективи розвитку в Україні: зб. наук. праць Буковин. ун-ту. Економічні науки.* 2014. Вип. 7. С. 243–252.

Розвиток електронної торгівлі суттєво загострює проблему недоторканості особистого життя, адже в мережі інтернет дуже легко збирати та об'єднувати дані про особу (персональні дані). У кожному окремому випадку користувач, звертаючись до мережі, залишає про себе певну інформацію. При об'єднанні зазначених різноманітних даних в єдине ціле, особисте життя особи стає «прозорим», що може загрожувати його безпеці. Тому держава повинна забезпечити систему захисту інформації персонального характеру.

Основними напрямами стимулювання розвитку е-комерції та її складової – електронної торгівлі – є узгодження правових норм, забезпечення правового захисту їхніх суб'єктів, усунення перешкод для розвитку міжнародного електронного бізнесу, розбудови інфраструктури ринку електронної комерції у повній відповідності сутності цих понять.

7.2. Правовий статус учасників електронної торгівлі

У рамках електронного бізнесу постійно відбувається взаємодія між чотирма постійними його суб'єктами: 1) клієнти – це споживачі товарів або послуг, які вони можуть придбати; 2) бізнес-організації – це будь-яке підприємство, що здійснює повністю або частково свою діяльність за допомогою інформаційних мереж, тобто займається електронною комерцією; 3) фінансові установи – організації, що надають послуги, пов'язані з пересуванням фінансових потоків, насамперед, це банки; 4) держава – яка визначає правила ведення електронного бізнесу та здійснює загальне його регулювання[101].

Ст. 6. Закону «Про електронну комерцію» № 675-VIII зазначає, що учасниками відносин у сфері електронної комерції є

[101] Царьов Р. Ю. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів за напрямом «Телекомунікації». Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 112 с.

суб'єкти електронної комерції, постачальники послуг проміжного характеру в інформаційній сфері, органи державної влади та органи місцевого самоврядування в частині виконання ними функцій держави або місцевого самоврядування. При цьому постачальниками послуг проміжного характеру в інформаційній сфері є оператори (провайдери) телекомунікацій, оператори послуг платіжної інфраструктури, реєстратори (адміністратори), що присвоюють мережеві ідентифікатори, та інші суб'єкти, що забезпечують передачу та зберігання інформації з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

Взаємодія між окремими типами суб'єктів-учасників економічних відносин у теорії електронної комерції покладена в основу поділу цієї галузі на окремі сектори торгівлі між окремими суб'єктами-учасниками. Найбільш широко розповсюдженими серед них є:

1) сектор торгівлі юридичних і фізичних осіб – бізнес – споживач (B2C – Business-to-Consumer). Форма взаємодії компаній зі споживачами, яка надає виробникам додаткові можливості для просування своїх товарів та послуг безпосередньо до споживачів. Ця форма була однією з перших стратегій е-бізнесу, яка передбачає прямий рух товарів і послуг від виробників до кінцевих споживачів, обминаючи посередників. Електронна роздрібна торгівля, орієнтована на кінцевого споживача. Найхарактернішим прикладом цього напряму е-комерції є роздрібна торгівля в інтернеті, спрямована безпосередньо на споживачів.) – тип, з яким часто ототожнюють саме поняття «електронна комерція»; забезпечує взаємозв'язок різноманітних компаній та постачальників товарів та послуг з кінцевими споживачами в мережі інтернет;

2) сектор торгівлі юридичних осіб – бізнес – бізнес (B2B – Business-to-Business). Форма оперативної взаємодії підприємств на всіх рівнях, що орієнтується на діючий бізнес та на відпрацьовані схеми постачання та збуту, сталі внутрішні бізнес-процеси. Вона надає змогу об'єднати внутрішні мережі партнерів для спільного електронного документообігу, створює систему прямого

розміщення замовлень з можливістю деталізації їх параметрів та відслідковувати їх виконання в режимі реального часу і є новим засобом тіснішої комунікації підприємств. Ця форма набула сьогодні найбільшого поширення. Через різноманітні віртуальні B2B майданчики ці суб'єкти отримують можливість обмінюватись інформацією, знаходити нових партнерів, контрагентів та проводити торгові операції. Також підприємства можуть через відповідні сервіси забезпечити себе різними супровідними послугами, придбати обладнання та ін.;

3) сектор торгівлі фізичних осіб – споживач – споживач (C2C – Consumer-to-Consumer). Взаємодія приватних осіб щодо купівлі-продажу, обміну чи надання товарів, послуг та інформації в кіберпросторі. Прикладами такої форми взаємодії можуть бути дошки оголошень та інтернет-аукціони, що забезпечує взаємодію між кінцевими споживачами інтернет послуг (наприклад, інтернет-аукціони, протоколи спільного використання файлів та ін.);

4) сектор торгівлі юридичних осіб і урядових організацій – бізнес – адміністрація (B2A – Business-to-Administration). Взаємодія компаній з адміністративними органами. Охоплює ділові зв'язки комерційних структур з державними та міжнародними організаціями. Цей сегмент е-комерції поки що недостатньо розвинений, але має перспективи розвитку за умов, що уряди країн активніше використовуватимуть власні можливості для підтримки компаній. Наприклад, найбільш стрімкою тенденцією є проведення закупівель товарів та послуг урядами різних країн та керівництвом міжнародних організацій через мережу «Інтернет». У свою чергу, комерційні організації мають можливість направляти власні пропозиції і вести таким чином діалог з владою;

5) сектор торгівлі фізичних осіб і урядових організацій – споживач – адміністрація (C2A – Consumer-to-Administration) – напрям, який використовується для організації взаємодії уряду країни та кінцевого споживача. Наприклад, у США майже всі

платники податків здійснюють подання декларації про доходи через сайти податкових відомств. На сьогодні така «цифровізація» відносин між владою та громадянами держави впроваджується і в Україні (онлайн-замовлення паспортів, отримання витягів з кадастру, реєстрація документів та ін.);

6) мобільна комерція (m-commerce) – купівля та продаж товарів та послуг, обмін інформацією, здійснення платежів та ін. через бездротові портативні пристрої, такі як мобільні телефони, смартфони, ноутбуки і планшети та ін. Ці бездротові пристрої взаємодіють з комп'ютерними мережами, які мають можливість проводити визначені операції в інтернеті [[102], с. 40].

У більш загальному розумінні основні учасники системи електронної комерції, а саме покупець (клієнт), підприємство торгівлі (торговець, продавець), банк, процесинговий центр, оператор, центр сертифікації, виконують наступні ролі.

Покупець «входить» до електронного магазину за допомогою стандартного веббраузера, переглядає перелік представлених товарів (варіант здійснення операції залежить від пропонованого способу навігації) і вибирає ті, які він бажає купити, – формує «кошик». Після цього йому надається форма замовлення зі списком обраних товарів, їх цінами та підсумковою вартістю. У деяких магазинах можливе інтерактивне обговорення та узгодження цін. Заповнена форма замовлення надсилається торговцю. Торговець, у свою чергу, зв'язується з банком клієнта, який має засвідчити платоспроможність покупця. Після одержання відповідного підтвердження торговець підтверджує замовлення, передає товар (або надає послуги) і одержує платіж.

Ст. 7 Закону № 675-VIII визначає правовий статус продавця (виконавця, постачальника) товарів, робіт, послуг в електронній комерції. Істотним нововведенням законодавства є покладення на

[102] Зелізко А., Байцар Р. Розвиток нормативно-правового регулювання електронної комерції в Україні. *Стандартизація, сертифікація, якість.* № 3. 2016. С. 39–44.

продавця обов'язків щодо надання інформації. Так, продавець зобов'язаний[103]:

– надавати повну та достовірну інформацію щодо себе іншим учасникам правовідносин (найменування, ідентифікаційний код, місцезнаходження, відомості про ліцензію тощо);

– надавати повну та достовірну інформацію щодо характеристик товару та його вартості (наприклад відносно включення податків, послуг з доставки тощо);

– забезпечувати повну відповідність предмета електронного договору, погодженого сторонами, кількісним та якісним характеристикам.

Згідно зі ст. 8. «Правовий статус покупця (замовника, споживача) товарів, робіт, послуг у сфері електронної комерції», права та обов'язки покупця (замовника, споживача) товарів, робіт, послуг у сфері електронної комерції визначаються законодавством України, зокрема Законом України «Про захист прав споживачів». Закони України «Про електронну комерцію», «Про захист прав споживачів» визначають, що на сайті інтернет-магазину у загальному вільному доступі для необмеженого кола осіб повинна бути розміщена певна інформація (відомості), а саме[104, 105]:

– для юридичних осіб – їхнє повне найменування, а для фізичної особи-підприємця – прізвище, ім'я, по батькові;

– місцезнаходження юридичної особи або місце реєстрації та місце фактичного проживання фізичної особи-підприємця;

– адреса електронної пошти, інтернет-магазину та інших засобів зв'язку;

---

[103] Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text

[104] Там само.

[105] Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text

– ідентифікаційний код для юридичної або реєстраційний номер облікової картки платника податків для фізичної особи-підприємця;

– якщо господарська діяльність передбачає отримання ліцензії (наприклад, торгівля лікарськими засобами, алкоголем тощо) – потрібно вказати відомості про таку ліцензію (серію, номер, строк дії, дату видачі);

– порядок прийняття претензій покупця до продавця у разі їх виникнення;

– порядок формування кінцевої вартості товару щодо включення (невключення) певних податків у вартість товару;

– основні характеристики товару (детальний опис усіх характеристик та якостей, фотознімки тощо), а також іншу необхідну, достовірну та своєчасну інформацію про нього, яка повинна бути викладена в доступній формі з метою забезпечення можливості щодо його свідомого й компетентного вибору покупцем;

– відомості про вартість товару, умови оплати та порядок його доставки;

– гарантійні зобов'язання виробника продукції та продавця, а також інші послуги, пов'язані з утриманням чи ремонтом продукції (згідно із законодавством на товари, придбані в інтернет-магазині, поширюється така ж гарантія від виробника, як і на продукцію, що реалізується у звичайних магазинах);

– інші умови поставки або виконання договору (у разі їх наявності);

– мінімальну тривалість дії договору, у випадку зазначення періодичності постачання продукції;

– період прийняття пропозицій (якщо продавець закуповує і постачає товар тільки під конкретне замовлення);

– порядок розірвання договору;

– іншу інформацію, передбачену законодавством.

Відповідно до законодавства зазначена вище інформація повинна бути доведена до покупця до моменту укладення електронного договору (формування запиту на купівлю обраного

товару). Іноді трапляються випадки, коли продавець несвоєчасно отримує інформацію про товар від виробника (імпортера), або отримує недостовірну інформацію. Оприлюднення недостовірної інформації про товар може завдати збитків споживачу внаслідок недобросовісної реклами такого товару. Тож, враховуючи те, що у споживача може не бути спеціальних знань щодо того чи іншого товару, який він має намір придбати, відповідальність у випадку завдання збитків останньому покладається на продавця[106].

Якщо з певних причин власник інтернет-магазину – суб'єкт підприємницької діяльності не надав зазначеної вище інформації (не розмістив її своєчасно на вебсайті інтернет-магазину), – це передбачає накладення адміністративної відповідальності. Зокрема:

– за відсутність необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію або продавця (у випадках, визначених Законом України «Про електронну комерцію») – у розмірі тридцяти відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону, суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язковий облік доходів і витрат, – у розмірі п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян[107];

– відмову у наданні громадянам-споживачам необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про товари (роботи, послуги), їх кількість, якість, асортимент, а також про їх виробника (виконавця, продавця) – накладення штрафу у розмірі від одного до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (ст. 156^{-1} КУАП)[108];

---

[106] Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text

[107] Там само.

[108] Кодекс України про адміністративні правопорушення: Закон України від 07.12.1984 № 8073-X // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#n1326

– надання недостовірної інформації про продукцію, в разі якщо ця інформація не зашкодила життю, здоров'ю та майну споживача – штраф від десяти до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (ст. 156–1 КУАП)[109].

Специфіка електронної комерції передбачає можливість використання послуг проміжного характеру. Права та обов'язки постачальника послуг проміжного характеру в інформаційній сфері визначаються договором про надання таких послуг, Цивільним та Господарським кодексами України, положеннями Закону «Про електронну комерцію» та законодавством про телекомунікації[110].

7.3. Нормативно-правове забезпечення електронної торгівлі

Світова концепція правової регламентації електронної торгівлі втілена у правових документах, які розподіляють на декілька рівнів: міжнародний; регіональний (у рамках Європейського Союзу); національний[111].

Перший – міжнародний рівень – це нормативно-правові акти Комісії Організації Об'єднаних Націй з права міжнародної торгівлі. У цілому міжнародний рівень правових угод представлений поки що для більшості країн не єдиними уніфікованими нормами здійснення електронної комерції, а типовими (модельними) законами, що використовуються як зразок для вдосконалення

[109] Кодекс України про адміністративні правопорушення: Закон України від 07.12.1984 № 8073-X // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#n1326

[110] Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text

[111] Великомыслов Ю. Я., Равлик А. В. Пособие по защите Ваших прав в сети Интернет. *Allpravo.Ru*. 2005. URL: http://allpravo.ru/library/doc2044p0/instrum4935/item4937.html

національного законодавства»[112], наприклад, Типовий закон про електронну торгівлю UNCITRAL (далі – Типовий закон) від 1996 року, Типовий закон UNCITRAL про електронні підписи від 2001 року.

Типовий Закон «Про електронну торгівлю» має рамковий, рекомендаційний характер. Він призначений для використання державами як основи для розробки національних законодавчих актів. Даний міжнародний документ заклав правові основи діяльності в сфері електронної торгівлі; дав визначення таким основним поняттям, як: електронний документ, електронний документообіг, електронний підпис, автор електронного документа, інформаційна система; визнав юридичну і доказову силу за документами в електронній формі; визначив вимоги, що висуваються до електронного підпису як засобу підтвердження достовірності та цілісності електронного документа[113].

Другий рівень правового регулювання відносин у сфері електронної торгівлі представлений правовою системою Європейського Союзу (далі – ЄС). У цьому напрямі ЄС на сьогодні має певний досвід нормотворчої діяльності. З 1991 року в ЄС було прийнято значну кількість нормативно-правових актів, направлених 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 і основних свобод людини[114]. Серед інших актів слід назвати Декларацію про глобальну електронну комерцію, затверджену конференцією міністрів Сві-

---

[112] Монашова О. правове забезпечення інформаційно-комунікаційних технологій (зарубіжний досвід). *Право України*. 2006. № 3. С. 131–134.

[113] UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998. *United Nations publication*. URL: https://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450_Ebook.pdf

[114] Європейська конвенція про захист прав і основних свобод людини. *Офіційний вісник України*. 1998. № 13.

тової організації торгівлі (WT/MIN(98)DEC/2); Директиву ЄС «Про електронну комерцію» від 08.06.2000; Директиву ЄС «Про правила та оподаткування інтернет-торгівлі» від 01.04.2004; Резолюцію Європейського парламенту про безпечне використання інтернету та нових онлайн технологій від 02.12.2004.

У цьому напрямі для України важливим завданням вважають зміцнення довіри суб'єктів господарювання до електронної торгівлі, відпрацювання механізмів захисту споживачів від можливих шахрайських дій[115], формування ефективної системи державного контролю у зазначеній сфері економічної діяльності.

Третій національний рівень. До основних вітчизняних нормативно-правових актів, що регулюють відносини торговельної діяльності в Україні слід віднести Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, закони України «Про захист прав споживачів», «Про споживчу кооперацію», «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення», «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини», ДСТУ 4303-2004 Національний стандарт України «Торгівля роздрібна та оптова» та ін.

Основний нормативний документ у цій сфері – Закон України «Про електронну комерцію» № 675-VIII, прийнятий у 2015 році. Цим законом узаконено принципи електронної комерції; наведено тлумачення основних термінів; введено положення про учасників електронної комерції та визначено їх правовий статус; на покупця продукції через інтернет розповсюджено правовий режим Закону України «Про захист прав споживачів»; викладено права та обов'язки сторін; наведено вимоги щодо інформації про об'єкти торгівлі; детально регламентовано процедуру укладення електронних правочинів; введено положення про захист персональних даних.

[115] Точилін В., Остапко Т., Олефір В. Стан і перспективи розвитку внутрішнього ринку України. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2005. № 6. С. 5–12.

Правовідносини у сфері використання електронного цифрового підпису (ЕЦП) регламентуються Законом України «Про електронні довірчі послуги», присвяченому окремому блоку суспільних відносин у сфері електронної комерції. Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 22.05.2003 втратив чинність 07.01.2018 з прийняттям Закону України «Про електронні довірчі послуги» № 2155 від 05.10.2017, що запроваджує поняття «кваліфікований електронний підпис», яке замінило поняття «електронний цифровий підпис». Відповідно до Закону України «Про електронні довірчі послуги» кваліфікований електронний підпис – удосконалений електронний підпис, який створюється з використанням засобу кваліфікованого електронного підпису і базується на кваліфікованому сертифікаті відкритого ключа.

Крім того, діяльність щодо купівлі-продажу товарів інтернет-магазинами регулюється положеннями Конституції України (право на підприємницьку діяльність), Господарського та Цивільного кодексів України, Законів України «Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», «Про захист персональних даних» тощо.

До інших законів України та підзаконних нормативно-правових актів, що регулюють сферу застосування тих чи інших елементів електронної комерції загалом, слід віднести: Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992; Закон України «Про обов'язковий примірник документів» від 09.04.1999; Закон України «Про платіжні системи та переказ грошей в Україні» від 05.04.2001; Закон «Про телекомунікації» від 14.05.2003; Закон України «Про електронний документ та електронний документообіг» від 22.05.2003; Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» від 09.01.2007.

Основними принципами правового регулювання у сфері електронної комерції, згідно із Законом № 675-VIII, є наступні:

– свобода провадження підприємницької діяльності з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем;

– свобода вибору контрагента, електронних засобів, видів та форм діяльності;

– свобода конкуренції та забезпечення її сумлінності;

– свобода вчинення електронних правочинів;

– рівність і охорона прав учасників відносин у сфері електронної комерції;

– дотримання вимог законодавства, правил професійної етики, повага до прав, свобод, законних інтересів учасників відносин у сфері електронної комерції;

– забезпечення належної якості товарів, робіт та послуг, що реалізуються у сфері електронної комерції;

– однаковість юридичної сили електронних правочинів та правочинів, укладених в іншій формі, передбаченій законодавством;

– забезпечення доступу до інформації всіх учасників відносин у сфері електронної комерції;

– доступність комерційних електронних повідомлень та можливість обмеження їх надходження;

– дотримання законодавства про державну мову.

7.4. Господарсько-договірні відносини у сфері електронної торгівлі

Згідно зі ст. 625 Цивільного кодексу України договором є домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов’язків.

Відповідно до ч. 1 ст. 181 Господарського кодексу України господарський договір, як правило, існує у вигляді єдиного документа, підписаного сторонами.

Допускається укладення господарських договорів у спрощеній формі шляхом обміну листами, факсограмами, телеграмами, телефонограмами та іншими засобами електронної комунікації, а також шляхом підтвердження прийняття до виконання замовлення, якщо законом не встановлено спеціальні норми до форми та порядку укладення такого виду договорів.

Поняття електронного договору закріплено п. 5 ч. 1 ст. 3 Закону України «Про електронну комерцію». Електронний договір – це домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав і обов'язків та оформлена в електронній формі.

Якщо сторони домовилися укласти договір за допомогою інформаційно-телекомунікаційних систем, він вважається укладеним у письмовій формі». Відповідно до ст. 207 ЦК України «правочин вважається таким, що вчинений у письмовій формі, якщо його зміст зафіксований в одному або кількох документах (у тому числі електронних), у листах, телеграмах, якими обмінялися сторони». Тобто укладена в електронному вигляді угода прирівняна до паперової. Незалежно від того, у який спосіб укладений договір – в електронній чи традиційній формі, за своїм значенням такі договори будуть рівнозначними.

Електронний правочин – дія особи, спрямована на набуття, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснена з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

Правочин, вчинений в електронній формі, може називатися електронним договором, лише якщо відповідає законодавчим вимогам. Це сприяє захисту прав споживачів, а продавців спонукатиме ретельно готувати оферти.

Електронний договір укладається шляхом пропозиції його укласти (оферти) однією стороною та її прийняття (акцепту) другою стороною.

Оферта обов'язково містить істотні умови договору та виражає намір оферента вважати себе зобов'язаним у разі її прийняття.

Електронний договір вважається укладеним з моменту одержання особою, яка направила пропозицію укласти такий договір, відповіді про прийняття цієї пропозиції, що може бути зроблена шляхом надсилання комерційного електронного повідомлення, розміщення пропозиції (оферти) у мережі «Інтернет» або інших інформаційно-телекомунікаційних системах.

Щодо процедури укладення електронного правочину, то Законом № 675-VIII встановлено перелік інформації, яка має міститись в електронному правочині. Поряд із традиційними істотними умовами електронний договір може мати таку інформацію, як:

– технологія (порядок) укладення договору;

– процедура внесення змін до умов договору;

– спосіб та порядок прийняття пропозиції укласти електронний договір (акцепт);

– спосіб обміну інформацією та електронними повідомленнями;

– технічні засоби ідентифікації сторін;

– умови виготовлення та отримання паперових копій електронних документів;

– посилання на умови, що включаються до договору, шляхом перенаправлення (відсилання) до іншого електронного документа і порядок доступу до такого документа;

– спосіб зберігання та пред'явлення електронних документів, повідомлень, іншої інформації в електронній формі та умови доступу до них;

– можливість вибору мови, що використовується під час укладення та виконання договору.

Метою підписання договору є необхідність ідентифікації підписанта, підтвердження згоди підписанта з умовами договору, а також підтвердження цілісності даних в електронній формі. Тому в електронній формі договору необхідно підписувати його електронним підписом. Законом «Про електронні довірчі послуги» визначено, що електронний підпис – це електронні дані, які

додаються підписантом до інших електронних даних або логічно з ними пов'язуються і використовуються ним як підпис.

Електронний підпис одноразовим ідентифікатором – це дані в електронній формі у вигляді алфавітно-цифрової послідовності, що додаються до інших електронних даних особою, яка прийняла пропозицію (оферту) укласти електронний договір, та надсилаються іншій стороні цього договору.

Кваліфікований електронний підпис має таку саму юридичну силу, як і власноручний підпис та має презумпцію його відповідності власноручному підпису. Отже, електронний підпис чи печатка не можуть бути визнані недійсними та позбавлені можливості розглядатися як доказ у судових справах виключно на тій підставі, що вони мають електронний вигляд або не відповідають вимогам до кваліфікованого електронного підпису чи печатки.

Електронний підпис має всі основні властивості власноручного підпису. Кваліфікований електронний підпис можна отримати в одному з акредитованих центрів сертифікації ключів (АЦСК).

Розрахунки у сфері електронної комерції здійснюються відповідно до законів України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», інших законів та нормативно-правових актів Національного банку України.

Розрахунки у сфері електронної комерції можуть здійснюватися з використанням платіжних інструментів, електронних грошей, шляхом переказу коштів або оплати готівкою з дотриманням вимог законодавства щодо оформлення готівкових та безготівкових розрахунків, а також в інший спосіб, передбачений законодавством України.

Способи, строки та порядок розрахунків у сфері електронної комерції визначаються в електронному договорі з урахуванням вимог законодавства України.

Статті 17–19 Закону № 675-VIII передбачають відповідальність учасників відносин у сфері електронної комерції, зокрема сторони електронних правочинів відповідають за невиконання своїх зобов'язань у порядку, визначеному законом або договором. Постачальник послуг проміжного характеру в інформаційній сфері несе відповідальність за невиконання своїх зобов'язань у порядку, визначеному законом або відповідним договором про надання таких послуг. Постачальник послуг проміжного характеру несе відповідальність за забезпечення технічного захисту інформації та здійснення контролю за ним у порядку, визначеному законодавством або відповідним договором про надання таких послуг. Вирішення спорів між учасниками відносин у сфері електронної комерції здійснюється в порядку, визначеному законодавством. Порушення законодавства у сфері електронної комерції спричиняє відповідальність, встановлену законом.

Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте співвідношення понять «електронна торгівля» (e-trade) та «електронна комерція» (e-commerce).

2. Прокоментуйте відмінності між визначенням електронної торгівлі згідно із: 1) ЗУ «Про електронну комерцію», а саме як господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем та 2) Світової організації торгівлі, згідно з яким це організація процесу товарно-грошового обміну у формі купівлі-продажу на базі електронних технологій.

3. Нормами якого законодавства урегульовані електронна торгівля і електронна комерція?

4. На кого поширюється дія ЗУ «Про електронну комерцію»?

5. Яка інформація повинна бути розміщена на сайті інтернет-магазину та яку відповідальність несе власник інтернет-магазину – суб'єкт підприємницької діяльності за її неподання?

6. Назвіть обов'язки продавця товарів / робіт / послуг у разі здійснення електронної торгівлі.

7. Дайте визначення електронному договору і які істотні умови він має містити.

8. З якого моменту електронний договір вважається укладеним?

9. З якого моменту вважається електронний договір підписаний?

10. Чи може електронний договір розглядатися як доказ під час судового розгляду?

ТЕМА 8
ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ

8.1. Поняття зовнішньої торгівлі та її організаційна структура

Зовнішня торгівля товарами і послугами є частиною міжнародної торгівлі та являє собою специфічну форму обміну товарами і послугами між продавцями та покупцями різних країн.

Зовнішня торгівля складається з експорту та імпорту.

Експорт (експорт товарів) – продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів. При цьому термін реекспорт (реекспорт товарів) означає продаж іноземним суб'єктам господарської діяльності та вивезення за межі України товарів, що були раніше імпортовані на територію України (абз. 10 ст. 1 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»).

Реекспорт – це митний режим, відповідно до якого товари, що були раніше ввезені на митну територію України або на територію вільної митної зони, вивозяться за межі митної території України без сплати вивізного мита та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності (ч. 1 ст. 85 Митного кодексу України).

Імпорт (імпорт товарів) – купівля (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів з ввезенням або без ввезення цих товарів на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими

за її межами (абз. 14 ст. 1 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»).

Реімпорт – це митний режим, відповідно до якого товари, що були вивезені або оформлені для вивезення за межі митної території України, випускаються у вільний обіг на митній території України зі звільненням від сплати митних платежів, встановлених законами України на імпорт цих товарів, та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності (стаття 77 Митного кодексу України).

Перевищення експорту над імпортом означає наявність у держави активного торгового балансу.

Перевищення імпорту над експортом означає пасивний торговий баланс.

Активний торговий баланс – позитивна сторона зовнішньоекономічної діяльності держави. Проте він не завжди є показником її економічного благополуччя.

Зовнішня торгівля зазвичай характеризується трьома показниками:

– обсягом зовнішньоторговельного обороту;

– товарною структурою;

– географічною структурою.

Зовнішньоторговельні операції включають:

– основні операції (є договірними операціями з купівлі-продажу товарів або з обміну товарами (бартер), тобто ці операції зафіксовані в зовнішньоторговельних договорах);

– допоміжні операції (забезпечують належне виконання основних зовнішньоторговельних операцій). До них належать операції з транспортування і експедиції вантажів; страхування вантажів; фінансування зовнішньоторговельних операцій; гарантування взаємних зобов’язань між імпортерами і експортерами; митні операції тощо.

8.2. Правовий статус учасників зовнішньої торгівлі

Зовнішньоекономічна діяльність як вид господарської діяльності безпосередньо здійснюється її суб'єктами. Зовнішньоекономічні правовідносини складаються між суб'єктами господарювання різної державної належності.

Характерною особливістю зовнішньоекономічної діяльності є її суб'єктний склад: суб'єктами діяльності виступають контрагенти, які знаходяться на території різних країн. Критерієм місцезнаходження суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності виступає місце регулярного здійснення ділових операцій (основної діяльності). При цьому державна (національна) приналежність сторін не має значення, що підкреслюється ст. 1 (3) та ст. 10 Конвенції Організації Об'єднаних Націй про договори міжнародної купівлі-продажу товарів від 11 квітня 1980 року, яка безпосередньо регулює укладення договорів купівлі-продажу товарів між сторонами, комерційні підприємства яких перебувають у різних державах. Отже, принциповою умовою належності до суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності країни є взаємодія цього контрагента із суб'єктом господарювання, що є нерезидентом стосовно нього.

Українське законодавство (ст. 378 Господарського кодексу України, ст. 3 Закону «Про зовнішньоекономічну діяльність» визначає категорії суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, які проходять легітимацію в Україні.

Відповідно до ст. 3 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в Україні є:

1. Фізичні особи – громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які мають цивільну правоздатність і дієздатність згідно із законами України і постійно проживають на території України.

2. Юридичні особи, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України (підприємства,

організації та об'єднання всіх видів, включаючи акціонерні та інші види господарських товариств, асоціації, спілки, концерни, консорціуми, торговельні доми, посередницькі та консультаційні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні об'єднання, організації та інші), в тому числі юридичні особи, майно та/або капітал яких є повністю у власності іноземних суб'єктів господарської діяльності.

3. Об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами згідно із законами України, але які мають постійне місцезнаходження на території України і яким цивільно-правовими законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність.

4. Структурні одиниці іноземних суб'єктів господарської діяльності, які не є юридичними особами згідно із законами України (філії, відділення тощо), але мають постійне місцезнаходження на території України.

5. Спільні підприємства за участю суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України.

6. Інші суб'єкти господарської діяльності, передбачені законами України. Україна в особі її органів, місцеві органи влади і управління в особі створених ними зовнішньоекономічних організацій, які беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності, а також інші держави, які беруть участь у господарській діяльності на території України, діють як юридичні особи згідно з частиною четвертою ст. 2 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» і законами України.

8.3. Види і механізми державного регулювання зовнішньої торгівлі

Торговельна діяльність, як і будь-яка інша підприємницька діяльність, значною мірою регулюється державою. За ступенем втручання держави в міжнародну торгівлю розрізняють протекціоністську політику і політику вільної торгівлі.

Політика вільної торгівлі характеризується мінімальним державним втручанням у зовнішню торгівлю, тобто торгівля розвивається на основі дії вільних ринкових сил попиту і пропозиції.

Протекціоністська політика – це захист внутрішнього ринку від іноземної конкуренції за допомогою тарифних і нетарифних інструментів торгової політики.

Можна також виділити помірну торгову політику, яка в певних пропорціях містить елементи перших двох.

Ступінь жорсткості державного регулювання зовнішньої торгівлі визначається на основі середнього рівня митного тарифу і середнього рівня та інтенсивності кількісних обмежень

Державне регулювання зовнішньої торгівлі може бути:

– одностороннім (державне регулювання в односторонньому порядку без узгодження або консультації з торговими партнерами, зазвичай односторонні заходи застосовуються у відповідь на аналогічні кроки інших країн і приводять до виникнення політичної напруги між торговими партнерами, обкладання окремих товарів митами, введення квот на імпорт);

– двостороннім, коли заходи торгової політики узгоджуються між країнами-торговими партнерами;

– багатостороннім, коли торгова політика узгоджується і регулюється багатосторонніми угодами (ГАТТ/СОТ, угода у сфері торгівлі країнчленів ЄС та ін.).

Держава має різні види і важелі впливу на торгівлю, що створюють механізм її управління. У зовнішній торгівлі до найважливіших видів державного регулювання належать митно-тарифне і нетарифне регулювання.

Митно-тарифне регулювання

Митно-тарифне регулювання належить до економічних, тарифних методів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності та становить головну складову регулювання цієї діяльності в будь-якій державі.

Митно-тарифні заходи дозволяють вирішити ряд завдань, пріоритетність яких залежить від митної політики держави, основними з яких є:

– захист вітчизняних товаровиробників від конкуренції (у тому числі недобросовісної) з боку іноземних постачальників;

– стимулювання внутрішнього виробництва готової продукції; збільшення податкових надходжень.

Митно-тарифне регулювання в Україні здійснюється на основі таких принципів: виключної юрисдикції України на її митній території; виключної компетенції митних органів України щодо здійснення митної справи; законності; єдиного порядку переміщення товарів і транспортних засобів через митний кордон України; системності; ефективності; додержання прав та охоронюваних законом інтересів фізичних та юридичних осіб; гласності та прозорості.

Основними елементами системи митно-тарифного регулюванням є: мито; митний тариф України; митна вартість товару; країна походження товару.

Мито – це загальнодержавний податок, встановлений Податковим та Митним Кодексами, законами України та міжнародними договорами, згода на обов’язковість яких надана Верховною Радою України (ст. 271 Митного кодексу України).

Мито – грошовий збір, що стягується при переміщенні товарів через митний кордон країни.

Мито виконує такі функції:

– фіскальну, коли вводиться для того, щоб добути гроші для держави. Ця функція стосується як імпортних, так і експортних мит;

– протекціоністську, коли вводяться для скорочення чи усунення імпорту – з метою захисту вітчизняних виробників від іноземної конкуренції;

– балансувальну, коли вводяться для запобігання небажаного експорту товарів, внутрішні ціни на які нижче світових.

Розрізняють такі види мит:

За впливом:

– номінальні мита – це тарифні ставки, визначені митним тарифом;

– реальне мито – це реальний рівень мита на кінцеві товари, що розраховуються з урахуванням усіх факторів, які впливають на процес формування митного тарифу.

За напрямом руху:

– вивізне (експортне) мито, що нараховується на товари при їхньому– вивезенні за межі митної території країни;

– ввізне (імпортне) мито, що нараховується на товари при їх ввезенні на митну територію держави.

За способом нарахування:

– адвалорне (вартісне), що нараховується у відсотках до митної вартості товарів, які обкладаються митом;

– специфічне, що нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів, що обкладаються митом;

– комбіноване, що поєднує обидва ці види митного обкладання.

За принципами обмеження:

– спеціальне мито, що нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товару;

– антидемпінгове мито, що застосовується при ввезенні на митну територію країни товарів за ціною істотно нижчою, ніж у країні експорту в момент цього експорту;

– компенсаційне мито, що застосовується при ввезенні на митну територію країни товарів, при виробництві чи експорті яких прямо або побічно використовувалася субсидія.

За терміном дії:

– постійне мито, яке не змінюється залежно від часу застосування, є незмінним упродовж періоду дії встановленої ставки мита, більшість митних ставок є постійними;

– сезонне (ввізне і вивізне) мито, що нараховується на товари сезонного характеру для оперативного регулювання міжнародної торгівлі.

За походженням:

– автономні мита, що вводяться на підставі однобічних рішень органів державної влади країни;

– конвенційне мито, що встановлюється на базі двосторонньої або багатосторонньої угоди з іншими державами, або угоди про створення Митного союзу, не може бути змінено державою односторонньому порядку.

За типами митних ставок:

– стале мито – це митні ставки, які встановлюються державними органами і не можуть змінюватися залежно від обставин;

– змінне мито – це митні ставки, які можуть змінюватися за певних обставин (при зміні рівня світових та внутрішніх цін, рівня державних субсидій).

Одним із найпоширених інструментів митно-тарифного регулювання, який охоплює всю номенклатуру товарів, є митний тариф як систематизований перелік ставок мита. Найчастіше встановлення ставок мита здійснюється для товарів, що ввозяться на територію держави, тому митні тарифи об’єднують ставки ввізного мита.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про Митний тариф України» митний тариф України є невід’ємною частиною цього Закону та містить перелік ставок загальнодержавного податку – ввізного мита на товари, що ввозяться на митну територію України і систематизовані згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД), складеною на основі Гармонізованої системи опису та кодування товарів.

Метою митного тарифу є:

– раціоналізація товарної структури ввозу товарів до України;

– підтримка раціонального співвідношення ввозу та вивозу товарів, валютних доходів та видатків на території України;

– створення умов щодо прогресивних змін у структурі виробництва;

– захист економіки України від недобросовісної іноземної конкуренції;

– забезпечення умов щодо ефективної інтеграції України у світове господарство.

Митний тариф повинен виконувати важливі для держави функції – регулятивну (регулюючу, стабілізуючу), фіскальну, захисну (протекціоністську), стимулюючу, політичну (торговельно-політичну), зокрема:

– регулятивна (регулююча, стабілізуюча) – полягає у підтримці раціональної структури експорту та імпорту й оптимального співвідношення валютних доходів та витрат держави, та, відповідно, стосується експортних та імпортних мит;

– фіскальну – пов'язана з формуванням прибуткової частини державного бюджету та стосується імпортних, експортних та транзитних мит;

– захисна (протекціоністська) – реалізується через формування бар'єрів, які перешкоджають проникненню імпортних товарів на митну територію країни, та стосується імпортних мит;

– стимулююча (балансувальна, балансуюча) – передбачає створення передумов для збільшення експорту країни та стосується експортних мит;

– політична (торговельно-політична) – полягає у здійсненні економічного впливу на інші держави шляхом створення митних бар'єрів або, навпаки, надання їм митних пільг та стосується імпортних мит.

Від пріоритетності тієї чи іншої функції залежить спрямованість роботи щодо підвищення його ефективності у митно-тарифному механізмі регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Митна вартість є основною базою для розрахунку всіх платежів, що здійснюються на митниці.

Митною вартістю товарів, які переміщуються через митний кордон України, є вартість товарів, що використовується для митних цілей, яка базується на ціні, що фактично сплачена або підлягає сплаті за ці товари (ч. 1 ст. 49 Митного кодексу України).

Митна вартість товарів, які переміщуються через митний кордон України, визначається декларантом відповідно до ч. 1 ст. 51 Митного кодексу України.

Декларант – особа, яка самостійно здійснює декларування або від імені якої здійснюється декларування (ч. 8 ст. 4 Митного кодексу України).

Митна вартість товарів і метод її визначення заявляються (декларуються) митному органу декларантом під час переміщення товарів через митний кордон України шляхом подання декларації митної вартості.

Декларація митної вартості – документ встановленої форми, що подається декларантом і містить відомості щодо митної вартості товарів, які переміщуються через митний кордон України чи стосовно яких змінюється митний режим (ч. 9 ст. 4 Митного кодексу України).

Порядок та умови декларування митної вартості товарів, які переміщуються через митний кордон України, встановлюються Кабінетом Міністрів України, а порядок заповнення декларацій митної вартості – Митним кодексом України.

Основним методом визначення митної вартості є метод (п. 1 ч. 1 с. 57 Митного кодексу України): за ціною договору (контракту) щодо товарів, які імпортуються (вартість операції) (більш детально – ст. 58 Митного кодексу України.

Другорядні методи (п. 2 ч. 1 с. 57 Митного кодексу України):

– за ціною договору щодо ідентичних товарів (більш детально – ст. 59 Митного кодексу України);

– за ціною договору щодо подібних (аналогічних) товарів (більш детально – ст. 60 Митного кодексу України);

– на основі віднімання вартості (більш детально – ст. 62 Митного кодексу України);

– на основі додавання вартості (обчислена вартість) (більш детально – ст. 63 Митного кодексу України);

– резервний (більш детально – ст. 64 Митного кодексу України).

Митний кодекс України чітко визначає документи, які підтверджують митну вартість товарів (ч. 2 ст. 53), зокрема:

1) декларація митної вартості, що подається у випадках, визначених у частинах п'ятій і шостій статті 52 цього Кодексу, та документи, що підтверджують числові значення складових митної вартості, на підставі яких проводився розрахунок митної вартості;

2) зовнішньоекономічний договір (контракт) або документ, який його замінює, та додатки до нього у разі їх наявності;

3) рахунок-фактура (інвойс) або рахунок-проформа (якщо товар не є об'єктом купівлі-продажу);

4) якщо рахунок сплачено, – банківські платіжні документи, що стосуються оцінюваного товару;

5) за наявності – інші платіжні та/або бухгалтерські документи, що підтверджують вартість товару та містять реквізити, необхідні для ідентифікації ввезеного товару;

6) транспортні (перевізні) документи, якщо за умовами поставки витрати на транспортування не включені у вартість товару, а також документи, що містять відомості про вартість перевезення оцінюваних товарів;

7) ліцензія на імпорт товару, якщо імпорт товару підлягає ліцензуванню;

8) якщо здійснювалося страхування, – страхові документи, а також документи, що містять відомості про вартість страхування.

У ст. 55 Митного кодексу України зазначено підстави коригування митної вартості товарів.

Митною вартістю товарів, що ввозяться в Україну відповідно до митних режимів, відмінних від режиму імпорту, є ціна

товару, зазначена у рахунку-фактурі чи рахунку-проформі. Визначення митної вартості товарів, що ввозяться на митну територію України та поміщуються в митні режими, відмінні від режиму імпорту (крім митного режиму транзиту) зі справлянням митних платежів, здійснюється відповідно до глави 9 Митного кодексу України.

Митною вартістю товарів, що вивозяться за межі митної території України, є ціна товару, зазначена у рахунку-фактурі чи рахунку-проформі (ст. 66 Митного кодексу України).

До митної вартості товарів, що вивозяться (експортуються), також включаються фактичні витрати, якщо вони не були раніше до неї включені:

а) на навантаження, вивантаження, перевантаження, транспортування та страхування до пункту перетинання митного кордону України;

б) комісійні та брокерські винагороди;

в) ліцензійні та інші платежі за використання об'єктів права інтелектуальної власності, які покупець повинен прямо чи побічно здійснити як умову продажу (експорту) товарів, які оцінюються.

Обчислення митної вартості здійснюється насамперед на основі ціни угоди, тобто фактурної вартості товару.

Фактурна вартість або контрактна вартість – це ціна товару, що обумовлена в контракті та в рахунку-фактурі.

Розрахунок митної вартості виконується з урахуванням умов поставки товару відповідно до інтерпретації Міжнародних комерційних термінів Incoterms (International Commercial Terms) виходячи з того, які саме витрати включені продавцем до рахунку-фактури і коли вони зроблені: до перетину митного кордону чи після нього.

Країною походження товару вважається країна, в якій товар був повністю вироблений або підданий достатній переробці відповідно до критеріїв, встановлених Митним кодексом України (ч. 2 ст. 36 Кодексу).

Під країною походження товару можуть розумітися група країн, митні союзи країн, регіон чи частина країни, якщо є необхідність їх виділення з метою визначення походження товару (ч. 3 ст. 36 Кодексу).

Документи, що підтверджують країну походження товару (ст. 43 Митного кодексу України):

1. Документами, що підтверджують країну походження товару, є сертифікат про походження товару, засвідчена декларація про походження товару, декларація про походження товару, сертифікат про регіональне найменування товару.

2. Країна походження товару заявляється (декларується) митному органу шляхом зазначення назви країни походження товару та відомостей про документи, що підтверджують походження товару, у митній декларації.

3. Сертифікат про походження товару – це документ, який однозначно свідчить про країну походження товару і виданий компетентним органом даної країни або країни вивезення, якщо у країні вивезення сертифікат видається на підставі сертифіката, виданого компетентним органом у країні походження товару.

4. У разі втрати сертифіката приймається його офіційно завірений дублікат.

5. Засвідчена декларація про походження товару – це декларація про походження товару, засвідчена державною організацією або компетентним органом, наділеним відповідними повноваженнями.

6. Декларація про походження товару – це письмова заява про країну походження товару, зроблена у зв'язку з вивезенням товару виробником, продавцем, експортером (постачальником) або іншою компетентною особою на комерційному рахунку чи будь-якому іншому документі, який стосується товару.

7. Сертифікат про регіональне найменування товару – це документ, який підтверджує, що товари відповідають визначенню, характерному для відповідного регіону країни, та виданий

компетентним органом відповідно до законодавства країни вивезення товару.

8. У разі якщо в документах про походження товару є розбіжності у відомостях про країну походження товару або митним органом встановлено інші відомості про країну походження товару, ніж ті, що зазначені у документах, декларант або уповноважена ним особа має право надати митному органу для підтвердження відомостей про заявлену країну походження товару додаткові відомості.

9. Додатковими відомостями про країну походження товару є відомості, що містяться в товарних накладних, пакувальних листах, відвантажувальних специфікаціях, сертифікатах (відповідності, якості, фітосанітарних, ветеринарних тощо), митній декларації країни експорту, паспортах, технічній документації, висновках-експертизах відповідних органів, інших матеріалах, що можуть бути використані для підтвердження країни походження товару.

10. Документи, що підтверджують походження товару, зберігаються в порядку та протягом строків, визначених статтею 355 Митного кодексу України.

Сертифікат походження (Certificateoforigin) – це офіційний документ, що підтверджує країну, в якій товар був повністю похідний або підданий достатній обробці. Цей документ потрібно, як правило, митним органам країни-імпортера з метою здійснення тарифних і нетарифних заходів регулювання ввезення товару на митну територію відповідної країни (наприклад, для нарахування відповідної ставки імпортного мита, зокрема і пільгової у разі надання товарам режиму преференцій).

Крім того, сертифікати походження товарів необхідні у випадках, якщо це передбачено відповідними зовнішньоторговельними контрактами, що укладаються сторонами, національними правилами країни-імпортера, міжнародними угодами, учасниками яких є сторона експорту і сторона імпорту товару.

В Україні роботи з оформлення та засвідчення сертифікатів походження виконують торгово-промислові палати відповідно до

Закону України «Про торгово-промислові палати» та постанови Кабінету Міністрів України «Про визначення Торгово-промислової палати уповноваженим органом з видачі сертифікатів походження товарів».

Сертифікати походження складають мовою, передбаченою національним законодавством, міжнародними та міждержавними угодами. Сертифікати походження повинні містити інформацію, передбачену відповідними графами форм сертифікатів.

Бланки сертифікатів походження виготовляються типографським методом у 3-х примірниках: 1 оригінал та 2 копії. Оригінал має такі ступені захисту: сітка «гільош» (друкований візерунок у формі заплетених або переплетених стрічок) різних кольорів (для кожного виду сертифіката свій колір та нумерація кожного бланку. Бланки мають розмір 210 × 297 мм та виготовляються на білому письмовому папері. Номер бланка має серію та шість цифр, що розташовані у правому верхньому куті бланка. Бланки всіх форм сертифікатів походження виготовляє централізовано Торгово-промислова палата України.

Нетарифне регулювання

На сьогодні не існує єдиної класифікації нетарифних обмежень, але найбільш поширеною є класифікація нетарифних обмежень, яку розроблено Секретаріатом Генеральної угоди з тарифів і торгівлі.

Вона включає п’ять груп регуляторів:

1) участь держави в зовнішньоторговельних заходах (субсидування виробництва і експорту товарів, система публічних закупівель товарів, державна торгівля в країнах з ринковою економікою);

2) митні, адміністративні імпортні формальності (антидемпінгове мито, методи оцінки митної вартості товарів, митні і консульські формальності, товаросупровідні документи, товарна номенклатура зовнішньоекономічної діяльності);

3) стандарти і вимоги, пов’язані з охороною здоров’я, промисловістю та технікою безпеки (в тому числі промислові

стандарти, вимоги до упаковки і маркування товарів, санітарно-ветеринарні норми);

4) обмеження, які закладаються в механізм платежу (імпортні депозити, прикордонний податковий режим, ковзні збори);

5) кількісні обмеження імпорту і експорту.

Діючі заходи нетарифного регулювання можна розділити на дві основні групи:

– прямі заходи нетарифного регулювання;

– непрямі заходи нетарифного регулювання.

Прямі заходи нетарифного регулювання полягають у встановленні державою кількісних обмежень при експорті та імпорті окремих категорій товарів.

Кількісні обмеження застосовуються виключно на недискримінаційній основі, тобто ніякі заборони чи обмеження не застосовуються Україною щодо імпорту будь-якого товару на територію України чи щодо експорту будь-якого товару, призначеного для території будь-якої держави, якщо тільки імпорт аналогічного товару з усіх третіх держав в Україну або експорт до всіх третіх держав є аналогічним чином забороненим чи обмеженим, якщо інше не передбачено міжнародними договорами та законодавством України.

До кількісних обмежень відносять: квотування та ліцензування (дод. Е), «добровільні» обмеження експорту.

Квотування – це кількісне лімітування розміру імпорту / експорту за допомогою глобальних (нерозподілених), індивідуальних (розподілених), групових, сезонних, тарифних та інших видів процентних або вартісних обмежень (квот).

Квотування здійснюється з метою:

– ліквідації торгового і платіжного дисбалансу з окремими країнами; регулювання попиту і пропозиції на внутрішньому ринку;

– виконання міжнародних зобов’язань і досягнення взаємовигідних домовленостей.

Квота – це встановлення у вартісному чи фізичному вираженні певного об’єму експорту (імпорту) на визначений період (рік, квартал, і т.ін.).

Квота – це кількісна міра обмеження експорту чи імпорту товару визначеною кількістю або сумою на певний проміжок часу.

Квота, встановлена в розмірі рівному 0, означає ембарго, тобто заборона на імпорт чи експорт.

Квоти можуть бути класифіковані за різними ознаками.

Глобальна квота – квота, яка встановлюється щодо товару (товарів) без зазначення конкретних країн, куди товар (товари) експортується або з яких він (вони) імпортується.

Індивідуальна (розподілена) квота – квота, яка встановлюється щодо товару (товарів) з визначенням конкретної країни, куди товар може експортуватись або з якої він може імпортуватись. Загальний ліміт при цьому розподіляється між основними державами-експортерами на базі обсягу поставок за попередній рік.

Індивідуальні квоти можуть бути автономними та конвенційними.

Автономні індивідуальні квоти встановлюються самостійно країною-імпортером без погодження з країною-експортером. У цьому випадку країна експортер не має можливості ефективно контролювати вибірку даної квоти.

Конвенційні індивідуальні квоти закріплюються в рамках торгової угоди між державами – імпортером та експортером; при цьому розмір квоти значною мірою визначається зустрічними зобов'язаннями держави-імпортера щодо імпорту квотованого товару, і держава-експортер має можливість зі свого боку контролювати використання виділеної для нього квоти.

Групові квоти – квоти, які встановлюються щодо товару (товарів) з визначенням групи країн, куди товар (товари) експортується або з яких він (вони) імпортується.

Імпортні квоти – граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено імпортувати на територію країни протягом встановленого строку та який визначається у натуральних чи вартісних одиницях.

Експортні квоти – граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено експортувати з території країни протягом встановленого строку та який визначається у натуральних та вартісних одиницях.

Сезонні квоти встановлюються на суворо визначений період календарного року (як правило на 3 місяці) і застосовуються традиційно відносно сільськогосподарських товарів.

Тарифні квоти – встановлення кількості товару, яка дозволена до ввезення чи вивезення за особливою, більш низькою ставкою тарифу протягом певного періоду часу. Ці квоти здебільшого відносять до категорії кількісних нетарифних обмежень, хоча вони мають безпосереднє відношення до мит.

До спеціальних видів квот належать:

– антидемпінгові квоти – граничний обсяг імпорту в країну певного товару (товарів), що є об'єктом антидемпінгового розслідування та/або антидемпінгових заходів, який дозволено імпортувати у країну протягом установленого строку та який визначається у натуральних та/або вартісних одиницях виміру;

– компенсаційні квоти – граничний обсяг імпорту в країну певного товару (товарів), що є об'єктом антисубсидійного розслідування та/або компенсаційних заходів, який дозволено імпортувати в країну протягом установленого строку та який визначається у натуральних та/або вартісних одиницях виміру.

Квотування здійснюється урядовими органами на основі видачі ліцензій.

Ліцензування експорту та імпорту передбачає видання державою імпортеру або експортеру через спеціально уповноважений державний орган дозволу (ліцензії) на ввезення або вивезення певного включеного у списки товару протягом встановленого терміну. У ліцензії можуть також встановлюватися порядок ввезення або вивезення товарів.

Ліцензування слугує двом цілям:

– кількісному регулюванню торгівлі – коли з видачею ліцензій надаються квоти, і в певний момент часу їх видача

припиняється. У такому випадку ліцензування є складовою частиною квотування: ліцензія є лише документом, що підтверджує право ввезти або вивезти товар у рамках отриманої квоти;

– контролю за імпортом та експортом.

У такому випадку воно є самостійним інструментом державного регулювання.

Класифікація основних видів ліцензій.

Ліцензія відкрита (індивідуальна) – дозвіл на експорт (імпорт) товару протягом певного періоду (але не менше одного місяця) з визначенням його загального обсягу.

Ліцензія генеральна – відкритий дозвіл на експортні (імпортні) операції щодо певного товару (товарах) та/або з певною країною (групою країн) протягом періоду дії режиму ліцензування по цьому товару (товарах).

Ліцензія експортна (імпортна) – належним чином оформлене право на експорт (імпорт) протягом встановленого строку певних товарів або валютних коштів з метою інвестицій та кредитування.

Ліцензія разова (індивідуальна) – разовий дозвіл, що має іменний характер і видається для здійснення кожної окремої операції конкретним суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності на період не менший, ніж той, що є необхідним для здійснення експортної (імпортної) операції.

Глобальна ліцензія – дозвіл на ввезення / вивезення певного товару без обмеження за кількістю або вартістю у будь-яку країну протягом визначеного строку.

«Добровільне» обмеження експорту – це кількісне обмеження експорту, засноване на зобов'язанні одного з торгових партнерів обмежити (чи не розширювати) обсяг експорту, прийняте в рамках міжурядової угоди про встановлення квот на експорт товару.

Разом із зазначеними засобами адміністративного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, які відносять до прямих обмежень ввозу товарів, розвинені країни широко використовують

цілу систему заходів непрямих обмежень або непрямого протекціонізму.

До непрямих заходів нетарифного регулювання належать:

– технічні бар'єри;

– внутрішні податки і збори;

– публічні закупівлі;

– вимоги щодо вмісту місцевих компонентів.

Технічні бар'єри являють собою національні стандарти якості, економічні вимоги, санітарні обмеження, вимоги до упакування і маркування товарів, вимоги про дотримання ускладнених митних формальностей, законів про захист споживачів тощо.

Технічні бар'єри виникають внаслідок того, що національні технічні й адміністративні правила перешкоджають ввезенню товарів із-за кордону. Це відбувається у випадку невідповідності імпортних товарів обов'язковим стандартам якості, охорони здоров'я і безпеки, що застосовуються до аналогічних вітчизняних товарів, невідповідності сільськогосподарських продуктів санітарним і фітосанітарним нормам, що застосовуються для запобігання ввезення в країну шкідників і захворювань, не розповсюджених у даній країні.

До технічних бар'єрів відносять засоби, які утруднюють торгівлю між державами, зокрема:

– національні стандарти та вимоги, системи сертифікації продукції;

– санітарні, фітосанітарні, ветеринарні норми та вимоги;

– вимоги екологічного характеру;

– специфічні вимоги до упаковки та маркування товарів тощо.

Метою фінансування як методу регулювання зовнішньої торгівлі, зокрема, розширення експорту, є дискримінація іноземних компаній на користь національних виробників і експортерів на основі зниження вартості експортованого товару і підвищення його конкурентоспроможності на світовому ринку.

Фінансування експорту здійснюється з таких джерел:

– державного бюджету;

– банків;

– фондів;

– за рахунок самих експортерів і обслуговуючих їх банків.

До основних фінансових методів торгової політики належить:

– демпінг;

– субсидії.

Демпінг – це експорт товарів за цінами, нижчими від собівартості, чи принаймні за ціною нижчою, ніж на внутрішньому ринку. Отже, демпінг є формою міжнародної цінової дискримінації.

Існує кілька видів демпінгу, які різняться за методом дискримінаційної ціни, джерелами компенсації шкоди експортера, мотивами і термінами застосування.

Спорадичний демпінг – це епізодичний продаж несподіваних надлишків товару на світовому ринку за нижчими цінами, ніж на внутрішньому ринку.

Постійний демпінг – це довгостроковий продаж товару на світовому ринку за нижчою ціною, ніж на внутрішньому ринку.

Хижацький (навмисний) демпінг – це тимчасове навмисне зниження експортних цін з метою витиснення конкурентів з ринку і наступного встановлення монопольних цін.

Залежно від характеру виплат розрізняють пряме і непряме субсидування.

Прямі субсидії – це безпосередні виплати експортеру після здійснення їм експортної операції, що дорівнюють різниці між його витратами й отриманим доходом. Прямі субсидії суперечать міжнародним угодам і заборонені Світовою організацією торгівлі.

Непрямі субсидії – це приховане дотування експортерів через надання пільг зі сплати податків, пільгові умови страхування, повернення імпортних мит тощо.

Існують внутрішні та експортні субсидії.

Внутрішні субсидії – це бюджетне фінансування внутрішнього виробництва товарів, що конкурують з імпортними. Вони вважаються одним із найзамаскованіших фінансових інструментів торгової політики, а також кращим методом обмеження імпорту порівняно з імпортним тарифом і квотою, тому що не спотворюють внутрішні ціни і забезпечують менші втрати для країни.

Експортні субсидії – це бюджетне фінансування національних експортерів, що дозволяє їм продавати товар іноземним покупцям за нижчою ціною, ніж на внутрішньому ринку, і тим самим стимулювати експорт.

Публічні закупівлі (ст. 21 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»). Політика в рамках публічнних закупівель – прихований засіб торгової політики, що вимагає від державних органів і підприємств купувати певні товари тільки у національних підприємств, навіть незважаючи на те, що ці товари можуть бути дорожчими за імпортні.

Державні органи управління України та місцеві ради народних депутатів України мають право розміщувати, як правило, на конкурсній основі державні замовлення на виробництво, експорт і імпорт товарів серед суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності приймають державні замовлення виключно на добровільних засадах на умовах і в обсязі, які визначаються цивільно-правовими договорами (контрактами), що укладаються між цими суб'єктами та державним замовником.

Іноземні суб'єкти господарської діяльності користуються рівними правами і повинні нести рівні обов'язки із суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України в разі проведення конкурсу на розміщення державного замовлення.

Вимога про вміст місцевих компонентів – прихований засіб торгової політики держави, яка законодавчо встановлює частку в кінцевому продукті, що повинна бути вироблена національним

виробником, якщо такий продукт призначається для продажу на внутрішньому ринку.

8.4. Структура і зміст міжнародного договору (контракту) купівлі-продажу. Правила Інкотермс-2020 для міжнародної купівлі-продажу товарів

Договір міжнародної купівлі-продажу товарів – найбільш широко застосовуваний вид угод у зовнішньоекономічних відносинах. На його основі здійснюються експортні та імпортні операції, кількість і обсяги яких зростають з розвитком економічного співробітництва господарюючих суб'єктів різних держав.

Особливості договору міжнародної купівлі-продажу пов'язані з його суб'єктним складом – участю в договорі іноземних юридичних або фізичних осіб, переміщенням товарів через державні (митні) кордони, використаннямв як засобів платежу валюти, яка є іноземною для обох або принаймні для однієї зі сторін.

У практиці міжнародної торгівлі використовуються такі джерела правового регулювання міжнародної купівлі-продажу: Конвенція Організації Об'єднаних Націй «Про договори міжнародної купівлі-продажу товарів» (1980 р.); Конвенція Організації Об'єднаних Націй «Про давність позову в міжнародній купівлі-продажу товарів» (1974 р.); Конвенція Організації Об'єднаних Націй «Про право, що застосовується до договорів міжнародної купівлі-продажу товарів» (1985 р.) та ін.

В Україні основним спеціальним актом, що регулює досліджувані правовідносини, є Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність», стаття 1 якого дає визначення загального зовнішньоекономічного договору (контракту). Серед інших нормативно-правових актів, якими визначаються правовідносини з купівлі-продажу (поставки), є Цивільний та Господарський кодекси України. Однак вони не дають визначення договору міжнародної купівлі-продажу.

Згідно зі ст. 655 Цивільного кодексу України за договором купівлі-продажу одна сторона (продавець) передає або зобов'язується передати майно (товар) у власність другій (покупцеві), а покупець приймає або зобов'язується прийняти майно (товар) і сплатити за нього певну грошову суму.

Згідно з частиною 1 ст. 265 Господарського кодексу України за договором поставки одна сторона – постачальник зобов'язується передати (поставити) у зумовлені строки (строк) другій стороні – покупцеві товар (товари), а покупець зобов'язується прийняти вказаний товар (товари) і сплатити за нього певну грошову суму.

Договір міжнародної купівлі-продажу (контракт) – це договір, що фіксує у письмовій формі комерційні відносини між суб'єктами різного громадянства і визначає права та обов'язки сторін.

Договір міжнародної купівлі-продажу є двостороннім, оскільки права та обов'язки за договором мають обидві сторони: продавець зобов'язується передати покупцеві певне майно у власність і вправі вимагати сплати за це зумовленої договором суми грошей; покупець має право вимагати передачі йому купленого майна, якщо продавець ухиляється від передачі проданої речі. Двосторонній характер договору купівлі-продажу визначає і взаємообумовленість зобов'язань сторін.

Договір міжнародної купівлі-продажу є оплатним, оскільки, набуваючи товар у власність, покупець сплачує продавцеві обумовлену договором ціну товару.

Договір міжнародної купівлі-продажу є також консенсуальним: права і зобов'язання у ньому виникають у сторін одразу з моменту досягнення згоди за всіма умовами договору.

Особливості, що притаманні цій категорії договорів:

1) договір міжнародної купівлі-продажу товарів – це угода суб'єктів міжнародного приватного права, що спрямована на встановлення, зміну та припинення прав та обов'язків у сфері міжнародної купівлі-продажу товарів;

2) комерційний характер дій суб'єктів міжнародного приватного права у сфері міжнародної купівлі-продажу товарів;

3) комерційні підприємства суб'єктів договірних відносин з міжнародної купівлі-продажу товарів на момент укладення договору знаходяться в різних державах.

Для договору міжнародної купівлі-продажу характерні такі ознаки:

– одним із контрагентів по угоді виступає юридична або фізична особа іноземної держави (нерезидент) або резидент України, що має за кордоном комерційну організацію;

– товар знаходиться на території іноземної держави;

– при виконанні договору товар, як правило, перетинає митний кордон одного або декількох іноземних держав.

Зазвичай договір містить вступну частину, реквізити сторін (юридична адреса та банківські реквізити) і такі основні умови:

– предмет і поставки (найменування і кількість товару);

– способи визначення якості та кількості товару;

– строк та місце поставки;

– базисні умови поставки;

– ціна товару та загальна вартість поставки;

– умови платежу;

– порядок здачі-приймання товару;

– умови перевезення;

– умови про гарантії та санкції;

– порядок вирішення спорів;

– обставини звільнення від відповідальності (форс-мажор).

Договір міжнародної купівлі-продажу відповідно до Цивільного кодексу України укладається в простій письмовій формі.

Зауважимо, що Віденська конвенція 1980 р. про договори міжнародної купівлі-продажу не вимагає укладення договору в письмовій формі.

Національним (внутрішнім) законодавством договори міжнародної купівлі-продажу регулюються в таких випадках:

1) за згодою сторін, які користуються автономією волі при виборі права, що підлягає застосуванню до їх відносин. Таким

правом може бути національний закон однієї з договірних сторін, може бути обрано і право третьої країни;

2) на субсидіарній основі при відсутності або недостатньо повному врегулюванні окремих питань у міжнародному договорі, що регулює їх відносини;

3) коли сторони, які уклали договір, знаходяться в державах, які не беруть участі в міжнародних угодах, що регулюють зовнішньоекономічні угоди, і в договорі відсутня угода про застосовне право.

У третьому випадку застосоване право визначається судом, що вирішує спір на підставі колізійних норм.

Укладання договору за Конвенцією Організації Об'єднаних Націй про договори міжнародної купівлі-продажу товарів від 11.04.1980 (Віденська конвенція) має проходити дві основні стадії:

– пропозиція укласти договір (оферта);

– прийняття пропозиції (акцепт).

Оферта має задовольняти дві вимоги: містити в собі всі істотні пункти майбутнього договору і бути адресованою конкретній особі або невизначеному колу осіб за умови можливої індивідуалізації одної або декількох із них, які бажають прийняти пропозицію. В останньому випадку має місце так звана публічна оферта, яка широко застосовується в торгівлі й інших сферах обслуговування громадян. Якщо одна із зазначених вимог не дотримується, пропозиції про укладання договору немає.

Оферта набуває чинності, коли її отримав адресат оферти. Оферта, навіть коли вона є невідкличною, може бути скасована оферентом, якщо повідомлення про скасування одержане адресатом оферти раніше, ніж сама оферта, чи одночасно з нею. Поки договір не укладено, оферта може бути відкликана оферентом, якщо повідомлення про відкликання буде одержано адресатом оферти до відправлення ним акцепту.

Оферта не може бути відкликана:

– якщо в оферті зазначено через встановлення певного строку акцепту чи іншим чином, що вона є невідкличною;

– якщо для адресата оферти доцільним було розглядати оферту як невідкличну й адресат оферти діяв відповідно.

Оферта, навіть якщо вона є невідкличною, втрачає чинність після одержання оферентом повідомлення про відхилення оферти.

Заява чи інша поведінка адресата оферти, що свідчить про згоду з офертою, є акцептом.

Мовчання чи бездіяльність самі по собі не є акцептом.

Акцепт оферти набуває чинності з моменту, коли зазначена згода одержана оферентом.

Договір вважається укладеним, якщо дві сторони – експортер та імпортер – дійшли згоди в торговій угоді за всіма її істотними умовами.

Місцем укладання договору за законодавством більшості країн вважається місце одержання акцепту, але в країнах «загального права» діє так звана «теорія поштової скриньки», згідно з якою місцем укладання договору вважається та країна, з якої відправлено акцепт.

При здійсненні зовнішньоекономічних операцій, пов’язаних з купівлею-продажем товарів, суб’єкти зовнішньоекономічної діяльності можуть зіткнутися з ланцюгом невизначеностей, у зв’язку з неоднаковою інтерпретацією контрагентами взаємних прав та обов’язків, а саме при здійсненні поставки товарів з місця відправлення в місце призначення. Це може бути пов’язано з відмінностями правил та звичаїв, що існують у різних країнах світу. Вирішити ці питання можливо тільки шляхом використання контрагентами єдиного набору міжнародних правил для однозначного тлумачення термінів, що застосовуються у зовнішній торгівлі. З цією метою у 1936 році з’явилось на світ перше видання міжнародних правил тлумачення торговельних термінів (редакція Інкотермс – 1936) Міжнародної торгової палати. У ці правила постійно вносяться зміни і доповнення, які публікуються Міжнародною торговою палатою (1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000, 2010, 2020 роках).

Правила Інкотермс-2020 побудовані на зобов'язанні продавця з постачання, а точніше, розподілі обов'язків між продавцем і покупцем.

Застосування вказаних правил у зовнішньоекономічних договорах (контрактах) при визначенні умов поставки товарів дозволяє виключити різне тлумачення підприємствами-контрагентами своїх обов'язків щодо поставки товарів від продавця покупцю. Умови поставки визначають обов'язки продавця з доставки товару до вказаного місця та визначають момент переходу ризику випадкової втрати або ушкодження товару. Дія Інкотермс розповсюджується виключно на відносини між продавцем та покупцем у рамках договорів купівлі-продажу.

Кожне правило Інкотермс-2020 містить 2 розділи по 10 статей:

A1 / B1 «Загальні обов'язки».

A2 / B2 «Поставка».

A3 / B3 «Перехід ризиків».

A4 / B4 «Перевезення».

A5 / B5 «Страхування».

A6 / B6 «Перевезення і транспортні документи».

A7 / B7 «Митне оформлення експорту / імпорту».

A8 / B8 «Перевірка / упаковка / маркування».

A9 / B9 «Розподіл видатків».

A10 / B10 «Повідомлення».

У розділі «А» обумовлюються обов'язки продавця, а в розділі «В» – обов'язки покупця.

Правила Incoterms 2020 враховують такі ситуації, коли можна використовувати свій власний транспорт для доставки товарів або укласти договір перевезення.

Для умов поставки CIP Інкотермс-2020 року продавець зобов'язаний застрахувати товар від всіх ризиків з максимальним страховим покриттям і страховою сумою не менше 110 % від вартості товару. Сторони можуть погодитися в контракті на

більш низький рівень страхового покриття, якщо вони того побажають.

Зауважимо, що умова поставки CIF Інкотермс-2020 зазвичай використовується для морських перевезень вантажів навалом (сировина, мінерали тощо), вартість за кілограм яких дуже низька і вимога страхування з максимальним покриттям значно підвищило б кінцеву ціну товару.

Умова поставки CIP Інкотермс-2020 року – це мультимодальний термін, часто використовуваний для доставки промислових товарів, які можуть вимагати більш високого рівня страхового покриття.

Умови поставки CIF Інкотермс-2020 (Cost Insurance and Freight / Вартість, страхування і фрахт) і умови поставки CIP Інкотермс-2020 (Carriage and Insurance Paid to / Перевезення і страхування оплачені до), є двома правилами Інкотермс, які зобов'язують продавця придбати страховку на користь покупця для експорту товарів.

Група «E» «Відправлення».

EXW «Франко-завод (… назва місця)».

Група «F» «Основне перевезення не сплачено».

FCA «Франко-перевізник (… назва місця призначення)».

FAS «Франко вздовж борта судна (… назва порту відвантаження)».

FOB «Франко-борт (… назва порту відвантаження)».

Група «C» «Основне перевезення не сплачено».

CFR «Вартість й фрахт (… назва порту призначення)».

CIF «Вартість, страхування та фрахт (… назва порту призначення)».

CPT «Фрахт / перевезення сплачені до (… назва місця призначення)».

CIP «Фрахт / перевезення та страхування сплачені до (… назва місця призначення)».

Група «D» «Прибуття».

DAF «Поставка до кордону (… назва місця доставки)».

DES «Поставка з судна (… назва порту призначення)».

DEQ «Поставка з пристані (… назва порту призначення)».

DDU «Поставка без сплати мита (… назва місця призначення)».

DDP «Поставка зі сплатою мита (… назва місця призначення)».

Вимоги безпеки. Безпека транспорту нова норма (наприклад обов'язкова перевірка контейнерів). Тепер стаття А4 / В4 («Перевезення») кожного правила Інкотермс вимагає від продавця, де це може бути застосовано, дотримуватися будь-які вимоги безпеки, пов'язані з транспортом, до пункту доставки та/або надати покупцеві будь-яку інформацію, що стосується вимог безпеки, пов'язаних з транспортом, яка необхідна покупцеві для організації перевезення.

Стаття А7 / В7 («Митне оформлення експорту / імпорту») кожного правила Інкотермс, де це може бути застосовано, вимагає, щоб продавець виконав будь-які пов'язані з безпекою формальності при оформленні експорту та допомагав покупцеві отримати будь-які документи або інформацію, необхідні для дотримання з митними формальностями, пов'язаними з імпортом або транзитом. Витрати на забезпечення безпеки, пов'язані з транспортом, також стали більш помітними в окремому переліку зобов'язань за видатками відповідно до статей А9 / В9 кожного правила Інкотермс.

Слід зазначити, що посилання на «безпеку» в Інкотермс-2020 носять загальний характер, немає конкретного посилання на кібербезпеку або інші форми безпеки.

Конструктивно Інкотермс-2020 виглядає так: одинадцять трибуквених скорочень починаючи від «EXW» (Ex-Works) до «DDP» (Delivered Duty Paid), які діляться на 2 категорії залежно від виду транспорту (табл. 6).

Таблиця 6

Правила Інкотермс-2020*

ПРАВИЛА ІНКОТЕРМС-2020 ДЛЯ БУДЬ-ЯКОГО ВИДУ ТРАНСПОРТУ	ПРАВИЛА ІНКОТЕРМС-2020 ДЛЯ МОРСЬКОГО І ВНУТРІШНЬОГО ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ
EXW «Ex Works / Франко завод» FCA «Free Carrier / Франко перевізник» CPT «Carriage Paid to / Перевезення оплачена до» CIP «Carriage and Insurance Paid to / Перевезення і страхування оплачені до» DPU «Delivered Named Place Unloaded / Постачання на місце вивантаження» DAP «Delivered at Place / Постачання в місці призначення» DDP «Delivered Duty Paid / Постачання з оплатою мита»	FAS «Free Alongside Ship / Вільно вздовж борту судна» FOB «Free on Board / Вільно на борту» CFR «Cost and Freight / Вартість і фрахт» CIF «Cost Insurance and Freight / Вартість, страхування і фрахт»

**Джерело: сформовано на основі URL: https://anvay.ru/incoterms-2020 (дата звернення: 22.01.2021).*

Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте поняття «міжнародна торгівля», «зовнішня торгівля», «міждержавна торгівля».

2. Охарактеризуйте поняття зовнішньоторговельної політики та її основні цілі.

3. Розкрийте географічну та товарну структуру зовнішньої торгівлі.

4. Назвіть та охарактеризуйте види і механізм державного регулювання зовнішньої торгівлі.

5. Назвіть тарифні інструменти регулювання зовнішньої торгівлі.

6. Назвіть нетарифні інструменти регулювання зовнішньої торгівлі.

7. Охарактеризуйте міжнародні перевезення і правила Інкотермс-2020.

8. Назвіть правила Інкотермс-2020 для договорів міжнародної купівлі-продажу.

9. Дайте характеристику зовнішньої торгівлі регіонів.

10. Розкрийте особливості та проблеми конкурентоспроможності українських товарів.

TOPIC 1
GENERAL PROVISIONS ON COMMERCIAL LAW

1.1. Commercial law as an institution of economic law

The level of trade is a kind of mirror, which reflects the level of development of economic relations in society. It is trade that provides an effective link between production and consumption, and has a significant impact on the development of the national economy as a whole.

One of the most common types of economic activity, covering a complex system of economic relations, is trade law. It regulates activities related to the production and sale of industrial and household goods, namely economic and trade, and relations in the sphere of commodity circulation.

Considering commercial law as an institution of commercial law, it should be noted that the famous researcher of commercial law H. F. Shershenevych at the beginning of XX century mentioned an important legislative trend in this area of public relations: "Commercial law, appeared in the commercial industry, captured all processing and is preparing to occupy the mining industry. Trade turnover is getting closer to merging with economic turnover. "Due to the complexity of economic life, commercial (trade) law has outgrown the scope of trade and saturated with many innovations of urban planning, industry and finance, government regulators, leading to a modern form of commercial law.

H. F. Shershenevych identified three periods in the formation and development of commercial (commercial) law: Italian, French and German. Modern scholars, in particular Professor O. O. Chuvpylo, have identified the fourth stage – modern, characterized by the transformation of commercial law into economic law.

Commercial law is a sub-branch of economic (business) law governed by the rules of commercial law and regulates the legal status of trade entities, the regulation of relations between these entities and public authorities on the procedure for trade, features of concluding and executing trade agreements, application of forms economic and legal liability for violation of trade legislation, the imposition of commercial disputes in commercial courts.

A number of normative legal acts regulating the implementation of trade activity in Ukraine are devoted to the issues of legal regulation of trade activity as an institute of economic law, such as:

– Chapter 30 of the Civil Code of Ukraine, in particular: on delivery – Articles 264-271, contracting of agricultural products – Articles 272–274, energy supply – Articles 275–276;

– The Civil Code of Ukraine (for purchase and sale – Articles 655–697, deliveries – Article 712, contracting of agricultural products – Article 713, supply of energy and other resources through the connected network – Article 714, mines – Articles 715–716);

– Laws of Ukraine "On Consumer Protection", "On Consumer Cooperation", "On Foreign Economic Activity", "On Regulation of Goods Exchange (Barter) Transactions in the Field of Foreign Economic Activity", "On Ensuring Sanitary and Epidemic Safety of the Population", "On Medical Means", "On the Quality and Safety of Food Products and Food Raw Materials", "On pipeline transport", "On the electricity market", "On oil and gas ", etc.

By-laws regulate detailed general rules of trade – On approval of the Procedure for conducting trade activities and rules of trade services in the consumer goods market approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 15.06.2006 № 833, and amended 18.04.2013. The rules determine the general conditions of trade activities by subjects of wholesale trade, retail trade, restaurants, basic requirements for the trade network, the network of restaurants and trade services for consumers (buyers) who purchase goods from enterprises, institutions and organizations, regardless of legal organization and form of ownership, individuals – entrepreneurs and foreign legal entities conducting business activities in Ukraine. Trade activities can be carried out in the areas of retail and wholesale trade, as well as in trade and production (catering).

1.2. The concept and forms of economic and trade activities

One of the most common economic activities is **trade**, which involves the production and sale of goods.

According to the State Standard of Ukraine DSTU 4303:2004 "Retail and wholesale trade", ***"trade activity"*** is an initiative, systematic,

performed at their own risk for profit activities of legal entities and individuals to buy and sell goods to end users, or intermediary operations, or the provision of agency, representative, commission and other services in the promotion of goods from producer to consumer.

According to the Article 263 of the Civil Code of Ukraine, economic trading is the activity carried out by business entities in the field of trade, aimed at the sale of industrial and technical products and consumer goods, as well as ancillary activities that ensure their implementation through the provision of relevant services (Article 263 of the Civil Code of Ukraine).

Based on the definition, we can identify the main features of economic and trade activities:

– participants in such activities are exclusively business entities (Article 55);

– such activities are carried out in the field of trade and is aimed at the sale of industrial and technical products and consumer goods (Article 262);

– economic and trade activities also include ancillary activities that ensure the sale of industrial and technical products and consumer goods through the provision of appropriate services (for example, the provision of transportation, storage, etc.).

Depending on the market (domestic or foreign), within which trade is carried out, economic and trade activities act as *domestic* trade or *foreign* trade.

Legal forms of trade activity are more fully disclosed through the classification of trade (trade activity). The criterion for such classification can be considered the principle of division of any economic activity into entrepreneurial (commercial) and non-entrepreneurial (non-commercial) enshrined in the legislation (Part 2 of Article 3 of the Civil Code of Ukraine).

The solution to the question of the possibility of classifying any economic activity as entrepreneurial, including activities related to the sale of goods, is to determine whether such activities have signs of entrepreneurship. The signs of entrepreneurship are contained in its definition, which is given in Article 42 of the Civil Code of Ukraine. According to this norm, entrepreneurial trade activity can be defined as independent, initiative, systematic, at one’s own risk economic activity

carried out by business entities (entrepreneurs) in order to achieve economic and social results and make a profit.

Thus, entrepreneurial trade activity is characterized by the following group of features:

1) independence, initiative and implementation at your own risk.

Commercial activity is always carried out on the own initiative of the person who wishes to engage in it, while being responsible, as a rule, for the property involved in this activity;

2) systematic.

Economic and trade activities can be carried out by economic entities in the following forms:

– logistics and sales;

– energy supply;

– procurement;

– wholesale;

– retail and catering;

– sale and lease of means of production;

– commercial mediation in the implementation of trade activities;

– other ancillary activities to ensure the sale of goods (services) in the field of circulation.

The content and procedure for the implementation of these forms of economic and trade activities establish further articles 30 of the Civil Code of Ukraine.

It is also worth noting that economic and trade activities have certain features of their implementation, which are as follows:

– the absence of a production stage, during which the resources at the entrance (raw materials) are converted into finished products;

– small amount of required capital, which simplifies access to finance and leads to the widespread use of various lending instruments (banking and commercial);

– providing services for the organization of trade, traders establish and maintain relationships with many partners (among which the most important are suppliers and buyers);

– trade is one of the least regulated areas of entrepreneurial activity in which state intervention is limited to the general regulation of

entrepreneurial activity (opening a business, its liquidation, obtaining permits, licenses, etc.), tax and labor legislation;

– relatively low innovation, which is manifested through the ignorance of entrepreneurs of innovations, or the use of innovations developed in other areas of business (in the field of information technology or in the form of adoption of foreign experience);

– the most sensitive to demand area of economic activity, as it is the final link in trade.

Depending on the form of economic and trade activities, it is mediated by economic agreements, an indicative list of which contains Part 4 of Article 263 of the Civil Code of Ukraine. These are economic contracts for the supply, contracting of agricultural products, energy supply, purchase and sale, lease, mines (barter), leasing and other contracts. All of them belong to the agreements designed to ensure the legal payment transfer of ownership of property (goods) and are characterized by bilateral (sometimes multilateral) payment, compensation for the general purpose – the transfer of property. This also applies to contracts concluded in electronic form (Articles 207, 639 of the Civil Code of Ukraine).

In trade, as a sphere of trade, a large set of different processes and operations. According to the nature of the functions performed in the field of trade, processes and operations carried out can be divided into two types: technological and commercial (purely commercial).

Technological processes are related to the movement of goods and are a continuation of the production process in the field of rotation (transportation, storage, packaging, packaging, sorting). These processes reflect the mechanism of material flow management of goods with the inclusion of production and technological operations that accompany the organization of the promotion of goods from producer to final consumer.

Commercial processes are processes associated with changing forms of value, for example the purchase and sale of goods. Commercial also includes trade processes that ensure the proper functioning of the trade mechanism, in particular: the organization of market research, assessment of the infrastructure of major competitors, the establishment of partnerships, etc.

In addition to these main processes performed in the field of trade, it is also important to perform additional trade and operational services,

which have recently dominated taking into account the interests of customers in the sales process (home delivery, installation of technically complex goods at home from buyers, receiving orders etc.). Pre-sales, sales and after-sales services are integral elements in the commercial success of the enterprise[116].

1.3. Classification of participants in economic and trade activities

According to Article 263 of the Civil Code of Ukraine, economic and trade activities are carried out by business entities.

Business entities, according to Articles 55 of the Civil Code of Ukraine recognizes participants in economic relations who carry out economic activities, exercising economic competence (set of economic rights and obligations), have separate property and are liable for their obligations within this property, except as provided by law.

The subject composition of the trade sphere is diverse and complex. Being an open system, this area is easily accessible to many types of business entities, regardless of organizational and legal status, form of ownership or departmental affiliation. Unlike other systems, both legal entities and individuals can operate here.

Classification of trade entities is carried out on various grounds. Thus, according to the legal form of trade activities, the relevant entities are represented by individual entrepreneurs and legal entities.

According to the form of ownership, on the basis of which the subject of trade activity is created, it is worth noting the existence of entities based on private and public forms of ownership.

Trade entities can be classified according to their functions. In particular, there are manufacturers who sell their products both directly and by creating sales structures, namely specialized wholesale and intermediary organizations, entities that promote the organization of trade.

---

[116] Trade enterprise: educational and methodical manual / N. L. Savytska, I. Yu. Melushova, A. V. Krasnousov, K. S. Olinichenko. Kharkiv: Ivanchenko Publishing House, 2017. 214 p.

Business entities engaged in trade activities can be classified:

– by type of trade activity (entities engaged in retail or wholesale trade);

– by form of trade (entities engaged in trade activities in stationary trade facilities, outside stationary trade facilities, including fairs, exhibitions, delivery, delivery trade, using the remote method of selling goods that sell goods using vending machines);

– by method of trade (entities that use trade facilities and carry out trade activities without the use of trade facilities);

– depending on the specialization (entities specializing in certain groups of goods and universal entities).

Trade is carried out by enterprises (firms) specializing in the sale or resale of goods for profit. This type of activity is called commercial. Therefore, business structures engaged in trade and trade and intermediary activities are called commercial structures. However, not only specialized enterprises are engaged in commercial activities today. This type of activity is to some extent inherent in all business structures, regardless of ownership, to which they belong.

Special subjects of trade activity are subjects which carry out business activity connected with purchase and sale of the goods in two and more buildings, or parts of houses, constructions equipped with the special equipment intended and used for calculation, demonstration of the goods which are under general management or used under a single commercial purpose or other means of individualization.

Among the subjects of trade, a special place belongs to those that promote the organization of trade. These primarily include commodity exchanges.

According to the Law of Ukraine "On Commodity Exchanges", the commodity exchange is an organization that unites legal entities and individuals engaged in production and commercial activities, and aims to provide services in concluding exchange agreements, identifying commodity prices, demand and supply for goods, study, streamlining and facilitation of trade and related trade operations.

The legal conditions for conducting business in the field of trade, established by the state, require state registration of the business entity. Such registration confirms the recognition by the state of the legality of the entity’s entry into the sphere of entrepreneurship. Entities of trade activity

can be created in any organizational and legal forms of management of all forms of ownership within the legislation of Ukraine.

1.4. Types of liability in commercial law

For entities engaged in wholesale and retail trade, the current legislation of Ukraine establishes rules, requirements and norms, compliance with which is mandatory and for violation of which provides for various types of liability, namely:

– financial (imposition of financial sanctions according to Article 23 of the Law of Ukraine "On Consumer Protection", applies to enterprises and entrepreneurs);

– administrative (applies to officials of enterprises, entrepreneurs, employees, Chapter 12, Articles 155-166-27 of the Code of Administrative Offenses);

– criminal (applies to officials of enterprises and entrepreneurs, Article 204, Article 227 of the Criminal Code of Ukraine);

– economic legal (imposition of economic sanctions. General principles of liability of participants in economic relations are set out in Chapter 24, Articles 216-223 of the Civil Code of Ukraine).

Consider the financial liability established for violation of the requirements of the Law of Ukraine "On Consumer Protection" dated 12.05.91 № 1023-XII on relations between consumers and retailers of goods.

Let us consider the financial liability established for violation of the requirements of the Law of Ukraine "On Consumer Protection" of 12.05.91 № 1023-XII on relations between consumers and retailers of goods.

Table 1

Financial liability of business entities for violation of consumer rights

№	The violation	Sanction
1	2	3
1.	Refusal of the consumer to exercise his/her rights to proportional reduction of the price, free elimination of defects of the goods within a reasonable time, reimbursement of costs for elimination of defects of the goods to which he/she is entitled in case of detection of defects of the goods during the warranty period	ten times the value of the product based on the prices in force at the time of purchase of these products, but not less than five non-taxable minimum incomes, (UAH 85)

Continuation of table 1

1	2	3
2.	Manufacture or sale of products that do not meet the requirements of regulations on safety for life, health and property of consumers and the environment	300 % of the value of the goods made or received for sale, work performed, services provided, but not less than 25 non-taxable minimum incomes (UAH 425)
	Due to the above mentioned actions, in the event according to the law the business entity does not keep mandatory records of income and expenses	50 % non-taxable minimum incomes (UAH 850)
3.	For the sale of products prohibited by the relevant state body for the manufacture and sale (execution, provision)	500 % of the value of the goods received for sale, work performed, services provided, but not less than 100 non-taxable minimum incomes (UAH 1700)
	In case when according to the law the business entity does not keep mandatory records of income and expenses	100 non-taxable minimum incomes (UAH 1700)
4.	For the sale of dangerous goods (poisons, pesticides, explosives and flammable substances, etc.) without proper warning labeling, as well as without information about the rules and conditions of its safe use	100 % of the value of the consignment received for sale, but not less than 20 non-taxable minimum incomes (UAH 340)
	In case when according to the law the business entity does not keep mandatory records of income and expenses	20 non-taxable minimum incomes (UAH 340)
5.	For the lack of necessary, accessible, reliable and timely information about the product or seller (in cases specified by the Law of Ukraine "On e-commerce")	30 % of the value of the received for the sale of the consignment of goods, work performed, services rendered, but not less than 5 non-taxable minimum incomes (UAH 85)
	In case when according to the law the business entity does not keep mandatory records of income and expenses	5 non-taxable minimum incomes (UAH 85)

Continuation of table 1

1	2	3
6.	For obstructing officials of the central executive body that implements state policy in the field of state control over compliance with consumer protection legislation, and the structural unit for consumer protection of local governments in checking product quality, as well as rules of trade and other types service	in the amount of 1 % to 10 % of the value of sold products for the previous calendar month, but not less than 10 non-taxable minimum incomes (UAH 170)
	In case when according to the law the business entity does not keep mandatory records of income and expenses	10 non-taxable minimum incomes (UAH 170)
7.	For non-fulfillment or untimely fulfillment of the order of officials of the central executive body implementing the state policy in the field of state control over observance of the legislation on consumer protection, on elimination of violations of consumer rights	20 non-taxable minimum incomes (UAH 340)
8.	For the sale of expired goods	200 % of the value of the balance of the consignment received for sale, but not less than 5 non-taxable minimum incomes (UAH 85)
9.	For violation of the terms of the contract between the consumer and the contractor for the performance of work, provision of services For the same actions committed against a group of consumers	100 % of the cost of work performed (service provided) from 1 % to 10 % of the cost of work performed (services provided) for the previous calendar month, but not less than 5 non-taxable minimum incomes
10.	For restriction or refusal in realization of the rights of consumers established by part two of article 17 of the Law of Ukraine "About protection of the rights of consumers"	500 non-taxable minimum incomes (UAH 85)

Different types of liability.

Table 2

Administrative liability of business entities for offenses in the field of trade, catering

№	The violation	Sanction
1	2	3
1.	Violation of the rules of trade, performance of works and provision of services by employees of trade, catering and services, citizens engaged in entrepreneurial activities	Fine from 1 to 10 non-taxable minimum incomes (Part 1, Article 155 Code of Ukraine on Administrative Offenses)
2.	Sale of goods from warehouses, bases, ancillary premises of enterprises (organizations) of state trade (catering, services) and consumer cooperation in violation of the established rules, as well as concealment of goods from buyers by employees of enterprises (organizations) of state trade (catering and services) and consumer cooperation, which are not officials	Fine from 1 to 14 non-taxable minimum incomes (Part 2, Article 155 Code of Ukraine on Administrative Offenses)
	The actions provided in Part 1, Part 2, Article 155 of the Code of Ukraine on Administrative Offenses were committed by a person who during the year was subjected to an administrative penalty for the same violations	Fine from 5 to 27 non-taxable minimum incomes (Part 1, Article 155 Code of Ukraine on Administrative Offenses)
3.	Violation of the procedure established by law for settlements in the field of trade, catering and services	For persons carrying out settlement operations, a fine of 2 to 5 non-taxable minimum incomes; officials are fined from 5 to 10 non-taxable minimum incomes
4.	Actions provided for in Part 1, Article 155^{-1} – Code of Ukraine on Administrative Offenses committed by a person who during the year was subjected to an administrative penalty for the same violations	For persons carrying out settlement operations, a fine of 5 to 10 non-taxable minimum incomes; for officials – a fine of 10 to 20 non-taxable minimum incomes
5.	Violation of the procedure established by law for settlements in the implementation of transactions for the purchase and sale of foreign currency	For persons carrying out transactions for the purchase and sale of foreign currency, a fine of 3 to 6 non-taxable minimum incomes;

Continuation of table 2

1	2	3
		on officials of authorized banks or business entities that carry out their activities on the basis of agency agreements with authorized banks for the purchase and sale of foreign currency, a fine of 5 to 10 non-taxable minimum incomes
6.	Actions provided for in Part 3, Article 155^{-1} – Code of Ukraine on Administrative Offenses committed by a person who during the year was subjected to an administrative penalty for the same violations	For persons carrying out transactions for the purchase and sale of foreign currency, a fine of 6 to 15 non-taxable minimum incomes; on officials of authorized banks or business entities that carry out their activities on the basis of agency agreements with authorized banks for the purchase and sale of foreign currency, a fine of 10 to 20 non-taxable minimum incomes
	Measurement, weighing, calculation, excess of established prices and tariffs or other deception of the buyer or customer by employees of trade, catering and services and citizens – business entities during the sale of goods, works, services	imposition of a fine from 2 to 15 non-taxable minimum incomes
	Actions provided for in Part 1, Article 155^{-1}, committed by a person who during the year was subjected to an administrative penalty for the same offense, or committed on a large scale	entail a fine from 20 to 50 non-taxable minimum incomes
	Measurement, weighing, calculation, excess of established prices and tariffs or other deception of the buyer or customer by employees of trade, catering and services and citizens – business entities during the sale of goods, works, services	imposition of a fine from 2 to 15 non-taxable minimum incomes
	Actions provided for in Part 1, Article 155^{-2}, committed by a person who during the year was subjected to an administrative penalty for the same offense, or committed on a large scale	entail a fine from 20 to 50 non-taxable minimum incomes

Continuation of table 2

1	2	3
	Retail or wholesale trade in alcoholic beverages or tobacco products without excise tax stamps or with counterfeit stamps of this tax	entail a fine from 200 to 600 non-taxable minimum incomes with confiscation of trade items and proceeds from the sale of trade items. (Part 1, Article 156 Code of Ukraine on Administrative Offenses)
	Violation by an employee of an enterprise (organization) of trade or catering of the rules of trade in beer (except soft drinks), alcoholic, low-alcohol beverages and tobacco products, namely: trade in beer (except soft drinks), alcoholic, low-alcohol beverages or tobacco products in premises or prohibited areas by law, or in other places determined by the decision of the relevant local government, such as where the retail sale of beer (except soft), alcoholic, soft drinks or tobacco products is prohibited, as well as trade in beer (except soft), alcoholic, soft drinks or tobacco products through vending machines or minors, as well as the sale of beer (other than soft drinks), alcoholic, low-alcohol beverages or tobacco products to a person under the age of 18, or the sale of tobacco products in packages containing less than 20 cigarettes or cigarettes, or one by one (except for cigars), or something trade in beer (except non-alcoholic), alcoholic, low-alcoholic beverages, table wines at the time of day prohibited by the decision of the relevant local government Trade in beer (except soft drinks), alcoholic, low-alcohol beverages or tobacco products from hands, –	entail a fine from 100 to 400 non-taxable minimum incomes (Part 1, Article 156 Code of Ukraine on Administrative Offenses)
	Beer trading (except soft drinks), alcoholic, low-alcohol beverages or tobacco products from hands, –	entail a fine from 200 to 600 non-taxable minimum incomes with confiscation of trade items and proceeds from the sale of trade items. (Part 1, Article 156 Code of Ukraine on Administrative Offenses)

Continuation of table 2

1	2	3
	Actions provided for in Part 1, Part 2, Article 156 of the Code of Ukraine on Administrative Offenses, committed by a person who during the year was subject to administrative penalties for the same violations, –	entail a fine from 600 to 1000 non-taxable minimum incomes with confiscation of trade items
	Refusal of trade, catering and service workers and citizens engaged in business activities in these industries to provide citizens-consumers (except for consumers of financial services) with the necessary, accessible, reliable and timely information about goods (works, services), their number, quality, range, as well as their manufacturer (performer, seller), in training for safe and proper use, as well as restricting the rights of citizens-consumers to check the quality, completeness, weight and price of purchased goods –	entail a fine from 1 to 10 non-taxable minimum incomes (Part 1, Article 156^{-1} Code of Ukraine on Administrative Offenses)
	Refusal of the persons specified in Part 1, Article 156^{-1} to the citizen-consumer in realization of his right in case of purchase by him of the goods of improper quality –	entail a fine from 1 to 18 non-taxable minimum incomes (Part 2, Article 156^{-1} Code of Ukraine on Administrative Offenses)
	Provision by manufacturers or persons specified in Part 1, Article 156^{-1} unreliable information about the product, if this information has not harmed the life, health and property of the consumer, –	entail a fine from 10 to 50 non-taxable minimum incomes. (Part 3, Article 156^{-1} Code of Ukraine on Administrative Offenses)
	In case of inaction of the persons provided by Part 3 of Article 156^{-1} concerning bringing of the unreliable information on all goods to conformity or repeated providing of the unreliable information on the goods within a year from the moment of collecting	entail a fine from 50 to 200 non-taxable minimum incomes (Part 4, Article 156^{-1} Code of Ukraine on Administrative Offenses)
	Failure to provide, untimely provision of information to the consumer of financial services on the conditions of providing the financial service he intends to receive, and other information required by the law to provide the consumer of financial services, as well as the provision of information on financial services incomplete, inaccurate or inaccurate information (data), –	entail the imposition of a fine on officials, individuals – entrepreneurs from 50 to 100 non-taxable minimum incomes (Part 5, Article 156^{-1} Code of Ukraine on Administrative Offenses)

Continuation of table 2

1	2	3
	Actions provided for in Part 5, Article 156-1 of the Code of Ukraine on Administrative Offenses, committed by a person who during the year was subject to administrative penalties for the same violations	entail the imposition of a fine on officials, individuals – entrepreneurs from 100 to 200 non-taxable minimum incomes
	Violation of the rules of trade in the markets –	entails warning or imposition of a fine on citizens from 1 to 3 non-taxable minimum incomes and warning or imposition of a fine on officials – from 3 to 7 non-taxable minimum incomes (Article 159 Code of Ukraine on Administrative Offenses)
	Conducting economic activity without state registration as a business entity or without submitting a notice of commencement of economic activity, if the obligation to submit such notification is provided by law, or without obtaining a license to conduct economic activity subject to licensing in accordance with law, or in period of suspension of the license, if the law does not provide for the conditions of licensing activities during the period of suspension of the license, or without obtaining a permit, if its receipt is required by law (except in cases of application of the principle of tacit consent), –	entails the imposition of a fine of 1,000 to 2,000 non-taxable minimum incomes with or without confiscation of manufactured products, tools, raw materials and money received as a result of the commission of this administrative offense (Part 1, Article 164 of the Code of Ukraine on Administrative Offenses)
	Actions provided in Part 1, Article 164 of the Code of Administrative Offenses of this article, committed by a person who during the year was subjected to an administrative penalty for the same offense, or associated with the receipt of income in large amounts, –	entail the imposition of a fine from 2000 to 5000 non-taxable minimum incomes with confiscation of manufactured products, tools, raw materials and money received as a result of this administrative offense (Part 2, Article 164 of the Code of Ukraine on Administrative Offenses)
	Putting into circulation (release on the market of Ukraine, including repair) or sale of products (except food products) that do not meet the	entails the imposition of a fine on officials of enterprises, institutions,

Continuation of table 2

1	2	3
	requirements of standards, norms, rules and samples (standards) for safety, quality, completeness and packaging (except provided by the legislation of Ukraine), –	organizations, regardless of ownership, citizens – owners of enterprises or their authorized persons from 20 to 100 non-taxable minimum incomes (Article 167 of the Code of Ukraine on Administrative Offenses)
	Release for sale of products in violation of the requirements for medical warnings of consumers of tobacco products	entails the imposition of a fine on officials from 30 to 100 non-taxable minimum incomes (Article 168^{-2} of the Code of Ukraine on Administrative Offenses)
	The violation of conditions and rules of calibration of measuring instruments in operation and used in the field of legally regulated metrology, as well as such calibration by unauthorized scientific metrological centers, metrological centers and calibration laboratories, except for calibration carried out by scientific metrological centers with international recognized calibration and measurement capabilities for relevant types and subtypes of measurements or apply national standards	entail the imposition of fines on officials of enterprises and organizations, regardless of ownership, individuals – entrepreneurs from 3 to 30 non-taxable minimum incomes (Article 171^{-1} Code of Ukraine on Administrative Offenses)
	Violation of the rules of application of measuring equipment used in the field of legally regulated metrology, –	entails the imposition of a fine on officials of enterprises and organizations, regardless of ownership, individuals – entrepreneurs from 3 to 30 non-taxable minimum incomes (Article 172 of the Code of Ukraine on Administrative Offenses)
	Failure of officials, citizens engaged in entrepreneurial activities, legal requirements of officials of the central executive body implementing state policy in the field of state control over compliance with legislation on consumer protection, inspection of sales of	entails a fine from 3 to 5 non-taxable minimum incomes (Part 1, Article 188^{-2} of the Code of Ukraine on Administrative Offenses)

Continuation of table 2

1	2	3
	goods, works, services to citizens – consumers or the provision of necessary materials	
	Evasion of officials and citizens engaged in business activities from the timely implementation of instructions of officials of the central executive body that implements state policy in the field of state control over compliance with legislation on consumer protection, the elimination of violations of consumer rights –	entails a fine from 1 to 8 non-taxable minimum incomes (Part 2, Article 188^{-2} of the Code of Ukraine on Administrative Offenses)

Table 3

Criminal liability in the field of retail trade

№	The violation	Sanction
1.	Illegal acquisition for sale or storage for this purpose, as well as sale or transportation for sale of illegally produced ethyl alcohol, alcohol distillates, alcoholic beverages, beer, tobacco products, tobacco, industrial tobacco substitutes, fuel or other excisable goods	Punished by a fine of 5,000 to 10,000 non-taxable minimum incomes with confiscation and destruction of illegally manufactured goods (Part 1, Article 204 of the Criminal Code of Ukraine)
2.	Illegal manufacture of ethyl alcohol, distillates, alcoholic beverages, beer, tobacco products, tobacco, industrial tobacco substitutes, fuel or other excisable goods or committed by a person who has previously been convicted under this article	Карається позбавленням волі for a period of three to five years with confiscation and destruction of illegally produced or purchased goods, tools, raw materials for their manufacture (Part 2, Article 204 of the Criminal Code of Ukraine)
	Illegal manufacture of goods referred to in parts one or two of this article that pose a threat to human life and health, as well as the sale of such goods, which led to poisoning or death	shall be punishable by imprisonment for a term of eight to ten years with confiscation of property, with seizure and destruction of illegally produced or purchased products, equipment for its manufacture (Part 3, Article 204 of the Criminal Code of Ukraine)

Let us focus on economic and legal liability. According to Article 42 of the Commercial Code of Ukraine, entrepreneurship is defined as an independent, proactive, systematic, and at their own risk economic activity carried out by business entities (entrepreneurs) in order to achieve economic and social results and make a profit. (Article 42 of the Civil Code of Ukraine) Accordingly, entrepreneurs have the right to independently choose to carry out business activities that are not prohibited by law. Some types of trade activities are subject to licensing, and therefore according to Article 43 of the Civil Code of Ukraine conducting such types of trade without a license is punishable by law.

Citizens and / or legal entities for which entrepreneurial activity is not the main one, the provisions of the Civil Code of Ukraine apply to that part of their activity, which by its nature is entrepreneurial.

Article 263 of the Civil Code of Ukraine establishes that economic and trade activities are activities carried out 1) by economic entities in the sphere of trade, 2) aimed at the sale of industrial and technical products and consumer goods, 3) ancillary activities that provide them implementation by providing relevant services.

Commercial and legal liability in Commercial Law is characterized by the application of economic sanctions to offenders on the grounds and in the manner prescribed, first of all, by the Civil Code of Ukraine, other laws and / or agreements. (Article 216 of the Civil Code of Ukraine).

Economic sanctions are measures of influence on the offender in the field of management, as a result of which unfavorable economic and legal grounds arise for him. There are the following types of economic sanctions: damages, penalties, operational and economic sanctions and administrative and economic sanctions. The difference between economic and administrative sanctions is their application. Thus, economic sanctions are applied at the initiative of participants in economic relations, in turn, administrative and economic – by authorized state authorities or local governments (Article 217 of the Civil Code of Ukraine).

The concept of compensation is governed by Article 16 of the Civil Code of Ukraine (Central Committee of Ukraine). Article 22 of the Civil Code of Ukraine defines two types of damages: 1. Losses incurred by a person in connection with the destruction and / or damage of a thing, as well as expenses incurred by a person or must be made to restore his violated right (real damage);

2. Income that a person could actually receive under normal circumstances, if his right was not violated (lost benefit) [117].

Article 224 of the Civil Code of Ukraine provides that damages mean:

– costs incurred by the entitled party,

– loss of or damage to her property,

– unreceived income that the entitled party would have received in the event of proper performance of the obligation or receipt of the rules of the other party.

Article 225 of the Civil Code of Ukraine establishes the composition of damages to be compensated for an offense committed by a person: the value of lost, damaged or destroyed property; additional costs, including penalties, the cost of additional work, etc.) and unearned profits (lost profits) on which the losing party was entitled to expect in the event of proper performance of obligations by the other party. Article 226 of the Civil Code of Ukraine defines the conditions and procedure for compensation of damages and lists the cases when the responsible person is not fully / partially liable for damages. For example, a party who has breached its obligation or knows that it will be in breach of the deadline must immediately notify the other party. In this case, this party has the right to refer to the failure of the other party to take measures to prevent damage and demand a corresponding reduction in their size. In turn, a party who has been warned in a timely manner of a possible default by another party and could have prevented the loss by his actions, but has not done so, is deprived of the right to compensation.

Under penalties of Article 230 of the Civil Code of Ukraine recognizes sanctions in the form of a sum of money: a penalty, a fine, a penalty that the party is obliged to pay in case of violation of the rules of trade, and non-performance or improper performance of obligations. Under operational and economic sanctions in Article 235 of the Civil Code of Ukraine means measures of operational influence on the offender in order to stop or prevent the recurrence of violations of the obligation, which are used by the parties to the obligation unilaterally. Only those sanctions, the application of which is stipulated by the contract, can be applied to the

[117] Tkachuuk H. V. Regarding damages for infringement of trademark rights. Journal of Kyiv University of Law. 2018. № 3. P. 222–225.

subject who has violated the obligations and regardless of the fault of the subject.

Types of operational and economic sanctions: 1) unilateral refusal of the obligated party to fulfill its obligation, 2) refusal of the obligated party to accept further fulfillment of the obligation violated by the other party, 3) unilateral establishment of additional guarantees for the future proper performance of obligations by the party that violated the obligations, such as debiting the debtor's account without acceptance of funds paid for substandard products, 4) refusal to establish a future relationship with the party that violates the obligations, 5) other sanctions are provided by the parties in the contract. (Article 236 of the Civil Code).

Under the administrative and economic in Art. 238 of the Civil Code means measures of organizational, legal or property nature, aimed at terminating the offense of the business entity and eliminate the consequences. Types of administrative and economic sanctions include: withdrawal of profit or income, administrative and economic fine, collection of mandatory payments and / or fees, application of anti-dumping measures, termination of export-import operations, suspension of license (patent), revocation of license (patent) or the application of an individual licensing regime, restriction or suspension of the business entity, liquidation of the business entity.

It should be noted the responsibility for non-compliance by business entities with antitrust and competition law, the control of which is carried out by the Antimonopoly Committee of Ukraine. It is important to note that non-compliance with the provisions of the legislation of Ukraine governing this activity entails not only economic and legal, but also administrative and criminal liability. The main normative legal acts regulating this activity include the Constitution of Ukraine, the Law of Ukraine "On the Antimonopoly Committee of Ukraine", "On Protection against Unfair Competition", "On Protection of Economic Competition", etc. The main violations of economic competition include: anticompetitive actions, abuse of monopoly, for example dominant position, restrictions on the economic activity of an economic entity in response to these an entity appeals to the Antimonopoly Committee of Ukraine.

Therefore, non-compliance with the legal requirements for retail trade provides financial sanctions for business entities, as well as administrative, criminal and economic liability.

Discussion Questions: Self-Control

1. Define the subject of commercial law.
2. What relations are governed by commercial law?
3. Explain the essence of the concept of trade.
4. What signs of trade do you know?
5. Identify the sources of commercial law.
6. Are the concepts of trade and commercial activity identical? Justify your answer.
7. What is illegal trade, what are its signs?
8. Who does not have the right to be engaged in commercial activities?
9. What kind of liability is provided for illegal trade activities? Justify your answer.
10. Name the organizational and legal forms of economic and trade activities.

TOPIC 2
LEGAL REGULATION OF AUCTION TRADE

2.1. The concept of auction trade and its organizational and legal forms

Auction is a common method of buying and selling goods, which is used in today's market economy in both international trade and domestic markets in most countries. International auctions usually sell goods such as tea, tobacco, vegetables, fruit, fish, livestock. Also common items of auction at international auctions are fur and tropical forest species. For example, in the United States and Canada, more than 70 % of the total volume of fur is sold through international auctions, in Denmark, Sweden and Norway, this figure is about 90–95 %. Through auctions in London, India sells about 30 %, and Sri Lanka – more than 70 % of total tea exports[118].

The range of goods at domestic auctions depends on the characteristics of the structure of the national economy of the country. For example, according to official data, the largest in terms of auction turnover of the business entity is the Ukrainian Universal Exchange. In Ukraine there are common auctions for the sale of energy resources (natural and liquefied gas, gas condensate, etc.) of agricultural products (cereals, corn, etc.), as well as untreated wood[119].

Among the reasons for the popularity of auction trade in goods is the presence of an organic combination of public and private interests. Their implementation is achieved through the formation of the legal economic order on the basis of the optimal combination of state regulation of macroeconomic processes and market self-regulation of economic relations of economic entities[120].

---

[118] Apopii V. V., Mishchuk I. P., Rebytsikyi V. M. Trade organization: a text-book. Kyiv: Center for Educational Literature, 2005. 616 p.

[119] Ukrainian Universal Exchange – the largest trading exchange in Ukraine URL: https://www.uub.com.ua/files/uub-presentation-2015.pdf

[120] Korol V. Regional economic integration in Greater East Asia: determinants and barriers / V. Korol, O. Nebyltsova // International economic policy. 2015. № 1 (22). P. 100–122.

Historically, the original auctions were auctions that arose in the conditions of the slaveholding system. The first auction dates back to the V century B. C. and were held in Babylon. With the help of this auction, young girls were married. Subsequently, the family-oriented focus of auctions was transformed into economic (in the sense of the time) and the main subject of purchase and sale of them were slaves. The ease of this trading, as well as the absence of mutual obligations between the buyer and the seller, other than the transfer of the lot and its payment, allowed the use of existing business practices to regulate the relationship[121].

Along with the development of commodity and money circulation, there were ways to ensure the equivalence of the exchange of one commodity for another. The range of auctions also expanded, and several bidders became sellers of a certain type of goods, which allowed buyers to buy goods at a fair, reasonable price[122].

In the Roman Empire, auctions were an important component of the state's economic development. With the help of auction trade, the state's trade turnover was ensured, and macroeconomic problems were solved. So, for example, in the conditions of economic crisis for the purpose of maintenance of receipts to a treasury by order of the Roman emperor Marcus Aurelius auction sale of family relics was carried out, and in 193 BC for the same purpose the position of the emperor of the Roman Empire was put up for auction[123].

Thus, researchers of Roman law point out that with the development of Roman society, the established customs of business were not always able to meet the needs of auction participants, which in turn led to the separation of specific rules for organizing and conducting auctions. Thus, the owner of the goods was given the right of initiative; there were specialists who organized and conducted auctions on a professional basis; changed the procedure for determining the price of the lot by initiating the

[121] Aliabyshev M. S. Peculiarities of concluding contracts at auction: abstract of a thesis. Speciality: 12.00.03. Research Institute of Private Law and Entrepreneurship. Kyiv, 2009. 17 p.

[122] Chyzhova A. D. Evolution of the institute of trade. History of the state and law. 2012. № 13. P. 35-38.

[123] Tonkov K. V. Genesis and the formation of trading in Russia and foreign countries: a historical sketch. Modern law: scientific and practical. Journal. 2012. № 12. P. 152–155.

usual in modern practice, its gradual increase in proportion to the proposals of bidders; the obligations of the parties have been formally enshrined in the contract concluded with the winner of the tender[124].

Thus, in the Roman Empire, due to the growing role of auctions, a certain legal field appeared, which regulated their functioning. The legislation of the Roman Empire provided that the basis for the conclusion of contracts was the successful conduct of the auction. A system of auctions was also formed, which included compulsory, voluntary and mixed auctions. Thus, the auction for the sale of the subject of the deposit for the purposes of execution of the sentence (pignus in causa judicati captum) was compulsory. Mixed auctions were held in cases specified by law. For example, these auctions were used to determine the tenant of urban land. Other types of goods could be sold at voluntary auctions[125].

The regional peculiarities of the economic development of a country, the specifics of their existing legal system had a significant impact on the legal regulation of auctions. For example, in England, the first mention of the auction is in the Oxford English Dictionary and dates back to 1595. The basis of the procedure for determining the price of the lot at auction was the Roman approach to moving in the direction of increasing the price of the lot. This model is called the "English auction". In the Netherlands and Germany, auction bidding was practiced, which was the exact opposite of the English and provided for a gradual reduction of the lot price by bidders. This model of auction sale of goods is called, respectively, Dutch or German[126].

In the United States in the late twentieth century, auction turnover became an important element of economic life. An example is the sale of federal property by the US Department of the Interior at an auction. In the private sector of the economy, the most common was the auction sale of wine, works of art, copyright and more.

In the Ukrainian lands, the development of auction sales took place taking into account the economic and legal characteristics of the states of

---

[124] Pidopryhora O. A. Fundamentals of Roman private law: a textbook. Kyiv: Higher school, 1995. P. 267 p.

[125] Chizhova A. D. Evolution of the institution of trading. History of state and law. 2012. № 13. P. 35-38.

[126] Molchanova M. Ye. Economic and legal regulation of the auction sale of goods. Thesis for the candidate degree in law. Kharkiv, 2016. 218 p.

which they were a part. Auction trade became popular in the lands of the Left Bank of Ukraine in the second half of the seventeenth century. It was then that the acts were dated, which contained references to public auctions ("bargaining"), which were a gathering place for merchants, merchants and ordinary burghers[127].

Already at the beginning of the eighteenth century mandatory reporting on the results of public bidding begins. Each report was to contain information on who and what was selling, what the prices were, and who acted as guarantor. This information was submitted to the Senate Office and was to be made public. Employees of this body posted such information at the city gates so that residents could get acquainted with it.

As noted by M. Ye. Molchanova main source of legal regulation of auction trade in goods of that time was The Code of laws of the Russian Empire, where the section "On Sale and Purchase" contained provisions "On the acquisition of property purchased at public auction"[128].

According to the glossary: "auction (from the Latin auction – increase; is synonymous with the word auction or literally understood as a public auction or sale by public auction) – is a right that results from competition by individuals or groups of persons. Synonyms of the auction are the concepts of bidding, public sale of goods to the one who offers the highest price; sale of goods, property at public auction to the buyer who offered the highest price[129].

It is also worth noting that the concept of auction is contained in the encyclopedic economic and legal literature. The Economic Encyclopedia defines an auction as an organizational form of public sale of property or goods at a certain time and in a specified place, where the object of sale goes to the person who offered the highest price for it[130].

The legal directory interprets the auction as a way of public, alternate sale of goods on the basis of a competition of buyers; a special market for

---

[127] Goncharova E. The history of trading in Russia in the 17th–15th centuries. Competitive bidding. 1998. № 8. P. 39-44.

[128] Molchanova M. Ye. Economic and legal regulation of the auction sale of goods. Thesis for the candidate degree in law. Kharkiv, 2016. 218 p.

[129] New explanatory dictionary of the Ukrainian language. V. Yaremenko, O. Slipushko. Kyiv: ACONIT, 2008. 926 p.

[130] Economic Encyclopedia: in three volumes. Vol. 1. S. V. Mochernyi (ed.) and others. Kyiv: Academy, 2000. 864 p.

the auction sale of a certain type of goods, which operates constantly or periodically[131].

Special attention should be paid to the definitions of the auction, which are contained in the current regulations. The definition of the auction is contained in the Tax Code of Ukraine (hereinafter – Tax Code). Thus, according to subparagraph 14.1.8 of paragraph 14.1 of the Article 14 of Tax Code, an auction (public bidding) is a public method of selling assets in order to obtain maximum revenue from the sale of assets at a specified time and place.

It is also worth paying attention to About alienation of the parcels of land, approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine № 803 dated 06.06.2007, which determines that the auction is a method of selling property, owned by the buyer during the auction in its highest price[132].

Paragraph 2 of the Procedure of organizing and conducting exchange auctions for the sale of crude oil, gas condensate of own production, LNG approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 16.10.2014 № 570 (hereinafter – the Procedure of organizing and conducting exchange auctions for the sale of energy sources) defined auction as a method of bidding, which involves the sale of each of the declared lots to the buyer who offered for it the highest price during the bidding[133].

Signs of the auction as a form or method of public bidding:

– has an organized nature, which is manifested in the consistent implementation of appropriate actions that precede direct trade;

– is public, which is expressed in the involvement in the auction of an unlimited number of participants who meet the requirements established by applicable law;

---

[131] A legal encyclopedia: in 6 Vols. Yu. S. Shemshuchenko (ed.) and others. Kyiv: Ukr. Encyclical, 1998. Vol. 1: A–D. 672 p.

[132] The Procedure for alienation of objects of state-owned property: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 06.06.2007 № 803 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2007-%D0%BF#Text

[133] On the procedure for providing natural gas to the national economy and population in 1999: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 15.12.1998 № 1978 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1978-98-%D0%BF#Text

– normative certainty of the procedure, which is characterized by a combination of state regulation and market self-regulation, which is expressed in the existence of regulations of general and special nature, as well as regulatory acts (rules) established by the business entity that carries out auction activities independently. These acts regulate the procedure for organizing and conducting the auction;

– a combination of organizational and property elements, which is ensured by an inseparable legal link between legal relations that arise at each procedural stage (public offer, selection and qualification of participants, assessment of lot quality, procedure for determining the initial and final price of the lot, concluding a purchase agreement, etc.);

– determination of one party to the contract of sale on a competitive basis, in other words, as a result of competition for price positions of auction participants.

According to the legal literature and current legislation of Ukraine on the auction sale of goods, it is possible to classify auctions according to the following criteria:

1) depending on the method of bidding, there are real and virtual (electronic) auctions.

The actual auctions are held in a specially equipped room, which is located at a specific legal address, which must be specified in the notice of the auction.

Virtual (electronic) auctions are held online on a specialized electronic platform on the site on the Internet. The conclusion of contracts based on the results of these auctions is carried out using an electronic digital signature.

2) depending on the direction of price change, auctions can be classified into auctions with price increase and decrease.

Auctions with a price increase are that at the beginning of the auction the minimum price set by the seller. Subsequently, buyers make the steps of the auction – a markup of not less than the minimum margin specified in the rules of the auction. These auctions may be public when the auctioneer announces the buyer's number and final price, or dumb-bidding when the auctioneers provide the auctioneer with pre-established signs of consent to additional prices, and the latter, in turn, does not name the buyer when announcing a new price.

Auctions with lower prices are in the opposite direction of price movements. The essence of such an auction is that when conducting an auction by the method of price reduction, each subsequent price offered by the participants of such auction may be increased or decreased by the previous one by the amount of the minimum surcharge or discount. The size of the minimum mark-up and the amount of the discount are set by the auction customer for each object in the amount of not less than 10 percent of the initial price of the object.

3) mandatory and voluntary auctions are distinguished according to the criterion of obligatory auction method of selling goods.

Mandatory auctions are based on the law, which provides for the sale of a certain type of goods exclusively at auction. (For example, auctions for the sale of oil, coal, natural and liquefied gas, confiscated goods in enforcement proceedings, etc.).

Voluntary auctions are held at the initiative of the owners of goods in order to most profitably sell them.

2.2. Legal status of auction participants

Regardless of the field of business in which the auction is held, the relationship of the auction sale of goods has a special composition of participants, which may be business entities – legal entities of all forms of ownership and legal forms and natural persons-entrepreneurs.

Participation in auctions is determined by the commission of legally significant actions that are directly or indirectly aimed at achieving the ultimate goal – the conclusion of a contract of sale of goods put up for auction, with those who offered the best price.

The classification of auction participants can be carried out according to different characteristics. Thus, depending on the nature of the relationship between the actions taken and the corresponding end result, the participants in the auction sale of goods can be classified into those who perform organizational and economic functions and those who are directly involved in the auction.

According to this classification, the first group of participants should include the auction organizer and the auctioneer (leading auction). The purpose of their activities is to ensure the implementation of all procedures

that are expressly provided by law and provide for the creation of the necessary conditions for the auction.

The second group of participants in the auction consists of bidders. They are individuals who compete for the right in the final result of the auction to enter into a contract of sale of goods exhibited as a lot. Accordingly, these participants are the seller (or sellers) and the buyer (or buyers). The purpose of their activity is to buy or sell a certain product at auction.

In the current legislation of Ukraine, which regulates the issue of auction sale of goods, there is no definition of the concept of auction participant. However, it is worth paying attention to the definition of certain categories of such participants.

The concept of the auction organizer reveals several current regulations of Ukraine. Thus, according to paragraph 12 of subparagraph 1.3 of the Regulations on the procedure for sale in the process of privatization on stock exchanges of shares of joint stock companies, the organizer of the auction is the stock exchange, which organizes and conducts auctions[134].

According to subparagraph 19 of Part 1 of Article 1 of the Law of Ukraine on privatization of state and municipal property: the organizer of auction – State Property Fund of Ukraine, its regional branches, representations in areas and cities, privatization bodies in the Autonomous Republic of Crimea, privatization bodies of territorial communities, persons acting according to the agreement concluded with the state privatization bodies[135].

Normative legal acts regulating the procedure for organizing auctions in bankruptcy proceedings concerning the property of state-owned enterprises belonging to the sphere of management of the relevant state authority shall establish the requirements to be met by the auction organizer. These requirements include:

– be a legal entity registered in the manner prescribed by law, which has the right to sell property by auction;

---

[134] Regulations on the procedure for sale in the process of privatization on stock exchanges of shares of joint stock companies https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/z0798-98/ed20170512#n35 (expired).

[135] On privatization of state and communal property: Law of Ukraine dated January 18, 2018 № 2269-VIII // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2269-19#Text

– have experience of conducting auctions for at least three years;

– have the technical capacity to ensure the sale of the debtor's property by auction (taking into account the type and characteristics of the property to be sold)

The organizer of the auction may not be a person interested in the debtor, creditors and the customer of the auction[136]. The auction organizer is determined based on the results of the competition.

Thus, analyzing the concept of the organizer of the auction, contained in various regulations, we can conclude that the organizer of the auction is a business entity that carries out activities to organize business activities for the auction sale of goods. The qualifying features of its legal status are mainly the following:

– acts in the form of a legal entity;

– obtaining powers on a competitive basis;

– the acquisition of authority takes place according to the agreement concluded between the organizer and the customer;

– it is the sole responsibility of the auction organizer to organize the auction.

However, it should be noted that the above-mentioned features are inherent in the organizers of all types of auctions, except for auction bidding, which operate in the energy and energy markets.

According to paragraph 3 of subparagraph 1.2 of the Procedure for conducting electronic auctions for capacity allocation of interstate electricity networks approved by the Resolution of the National Commission for State Regulation of Energy and Public Utilities, auctions for capacity allocation of interstate electricity networks are conducted by the auction office that carries out centralized control of the integrated energy system of Ukraine[137].

---

[136] About approval of the Procedure for the organization of holding auctions in bankruptcy proceeding and requirements to their organizers concerning property of the state companies which belong to the management sphere the Ministry of Foreign Affairs of Ukraine: Order of the Ministry of Foreign Affairs of Ukraine dated 02.09.2014 № 368 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1135-14#Text

[137] On approval of the Procedure for conducting electronic auctions for capacity allocation of interstate electric networks: Resolution of the National Commission for State Regulation of Energy and Utilities of Ukraine dated 12.02.2015

A separate section of the relevant Procedure is devoted to the activities of the auction office. Thus, according to paragraph 2.2 of this Procedure, the auction office as the auction organizer:

– provides non-discriminatory conditions for access of energy suppliers to the main and interstate electricity networks of Ukraine for the export and / or import of electricity;

– draws up and publishes the schedule of auctions;

– considers applications for acquisition of the status of the participant of distribution;

– registers and maintains the Register;

– accepts applications for participation in the auction through the auction platform;

– ensures the execution of the relevant auction documents based on the results of the auctions;

– coordinates the distribution of capacity with system operators of neighboring countries;

– performs the functions of the administrator of the auction platform, publishes on its website the information provided by this Procedure;

– registers messages on the transfer / termination of bandwidth usage;

– publishes notifications on registration of energy suppliers as participants in the distribution on the auction platform, notifications on the loss of user access to the capacity of interstate electric networks of Ukraine, resolves other operational issues arising in the auction process;

– uses a backup mechanism if necessary;

– establishes on the date of opening of tenders for annual and monthly auctions the presence / absence of participants in the distribution of the status of a member of the wholesale electricity market of Ukraine by sending a request to the Wholesale Electricity Supplier;

– coordinates the available bandwidth with the system operators of neighboring countries;

– establishes overdue debts of distribution participants for electricity purchased by the latter on the wholesale electricity market of Ukraine by sending a request to the Wholesale Electricity Supplier for the deadline for

№ 176 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1668-14#Text (expired).

submitting an application for the status of distribution participant and the opening date for annual and monthly auctions;

– on the date of opening of tenders for annual and monthly auctions establishes the presence / absence of a license to conduct electricity supply activities by checking the information on the official website of the National Commission for State Regulation of Energy and Utilities of Ukraine;

– provides consulting assistance to all participants in the distribution of work with the auction platform[138].

One of the powers of the auction organizer is to appoint a presenter who directly conducts the auction. According to the current legislation of Ukraine, which regulates auctions in various fields, along with the concept of the leader, the concept of auctioneer is used. Since 2010, the profession "auctioneer" was included in the Classifier of the professions of Ukraine (DK 003: 2010) [139].

Most legal acts define the concept of the auctioneer as the leading auction, who has the technique of its conduct and knows the relevant procedure. However, the current legislation does not have a single approach to the requirements for the auctioneer.

According to paragraph 2 of the Procedure for sale in 2010 of non-agricultural land plots at land auctions, approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 02.09.2010 № 805, it is stated that the auctioneer can only be an individual[140].

In addition, according to the order of the State Committee for Land Resources of Ukraine "On ensuring the training of bidders" dated 24.12.2012 № 669 since 2013 was implemented professional training of

---

[138] On approval of the Procedure for conducting electronic auctions for capacity allocation of interstate electric networks: Resolution of the National Commission for State Regulation of Energy and Utilities of Ukraine dated 12.02.2015 № 176 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1668-14#Text (expired).

[139] National Classifier of Ukraine: Classifier of Professions of Ukraine DK 003: 2010 dated 28.07.2010 № 327 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text

[140] On approval of the Procedure for sale in 2010 of non-agricultural land plots at land auctions: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 02.09.2010 № 805 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/805-2010-%D0%BF#Text

bidders, which is implemented by higher education institutions on the basis of an agreement with the state body authorities [52, p. 2]. As a result of the relevant training, all applicants take an exam, the results of which receive a qualification certificate of the auctioneer, which in turn makes the activity of the auctioneer professional.

The seller is the person who initiates the sale of property at auction. According to the Law of Ukraine "On Consumer Protection", the seller is a business entity that, in accordance with the contract, sells goods to the consumer or offers them for sale[141].

The general requirements for sellers are the following provisions:

– the right to dispose of the goods offered at auction. This right may be based on the right of ownership (for business entities) or the law-based right to dispose of the relevant property (for public authorities);

– obtaining confirmation of admission to the auction.

Thus, we can distinguish two features that are characteristic of the seller:

– the existence of a law-based right to dispose of the goods offered at auction;

– compliance with the special requirements set by the legislation, which is confirmed by obtaining in the prescribed manner admission to participate in the auction.

Buyers (bidders) are participants in an auction legal relationship who compete for the right to enter into a contract of sale of goods offered at auction. As a general rule, buyers can be business entities – legal entities and natural persons-entrepreneurs.

In addition, industry regulations may establish certain special requirements for persons who intend to participate in the auction sale of certain types of goods as buyers. For example, participants in auctions for access to the capacity of interstate electricity networks of Ukraine for the export of electricity may be only businesses that are licensed to conduct electricity supply activities, are members of the Wholesale Electricity Market of Ukraine, are in contractual relations with the wholesale electricity supplier of Ukraine, do not have overdue debts for electricity

[141] On consumer protection: Law of Ukraine dated 12.05.1991 № 1023-XII // DB "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text

and concluded and agreed with the system operator in terms of technical support foreign trade contracts for the supply of electricity, the term of which should not be less than the period for which the participant plans to gain access to interstate electricity networks of Ukraine.

In addition, the legislation to ensure the competition for the lot, provides for a minimum number of bidders who compete for the lot – at least two people.

As a general rule, the right to participate in auctions as a buyer (bidder) have only business entities residents in Ukraine. At the same time, according to Article 392 of the Civil Code of Ukraine, foreign investors have the right to make all types of investments specified in Article 391 of this Code, including such forms as the acquisition of direct immovable or movable property, which is not prohibited by the laws of Ukraine, or the acquisition of shares or other securities; acquisition independently or with the participation of citizens or domestic legal entities of land use rights and use of natural resources on the territory of Ukraine[142].

Buyers are registered by the auction organizer, who accepts applications for participation in the bidding. According to some regulations, the applicant buyer must pay a guarantee fee and the amount of the registration fee.

The guarantee deposit is the amount of funds as a percentage of the initial price of the lot or a fixed amount. Thus, for participation in the auction for the sale of property that is in tax lien, the guarantee fee is set at 10 percent of the initial value of the subject of the auction sale, in the exchange auction[143] for the sale of energy resources – 5 percent of the declared purchase volume[144].

---

[142] Economic Code of Ukraine: Law of Ukraine dated 16.01.2003 № 436-IV // DB "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text

[143] On approval of the Regulations on the procedure for conducting auctions (public auctions) for the sale of mortgaged property: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 22.12.1997 № 1448 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1448-97-%D0%BF#Text

[144] On the procedure for providing natural gas to the national economy and population in 1999: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of 15.12.1998 № 1978 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1978-98-%D0%BF#Text

The guarantee fee is used as a deposit in the settlements between the seller and the winning buyer by deducting from the auction price. Buyers who do not win the bidding are entitled to a refund of the guarantee fee after the auction. Also, thanks to the guarantee fee, the real purpose of the person's participation in the auction is determined.

The issue of the registration fee is decided by the auction organizer. The legislation of Ukraine does not set a specific amount of the fee, one determines its maximum amount – no more than one tax-free minimum income. The registration fee is transferred to the account of the auction organizer and, unlike the guarantee fee, is non-refundable.

Thus, analyzing the above, we can conclude that the participants in the legal relationship of the auction sale of goods are business entities united by a common goal of concluding a contract with the one who offered the best price per lot. According to the nature of the connection between the actions they perform, they are classified into those who exercise organizational and economic powers (the organizer of the auction and the auctioneer) and those who are directly involved in the bidding (seller and buyer).

2.3. Regulatory and legal support of auction trade

Auction buying and selling of goods is an important way of trading for many countries around the world.

The first auctions in independent Ukraine were held on the foreign exchange market according to the Provisional Rules for conducting foreign exchange auctions of the National Bank of Ukraine, approved by the Resolution of the National Bank of Ukraine dated March 3, 1994 № 7-94[145].

However, due to the redundancy of directive management methods, bidding at the time was not an auction in the traditional sense. Thus, the Rules provided for the restriction of the circle of participants only by the National Bank of Ukraine (seller) and authorized commercial banks (buyers); the amount of the currency offer was determined on the basis of

[145] Temporary rules for conducting currency auctions of the National Bank of Ukraine: Resolution of the National Bank of Ukraine dated 03.03.1994 № 7-94 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v8-94500-94#Text

previous substantiated applications received by the bank from its clients (provided that the purpose of using foreign currency funds, specified in the justification of the application, complies with the law); buyers were restricted in the right to use their own funds (except for the purchase of currency for current payments).

Over time, auctions began to be used in the sale of goods. Initially, this applied only to mortgaged property, which according to the law was levied in enforcement proceedings. The auction purchase and sale of such goods was regulated by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated December 22, 1997 № 1448 "On approval of the Regulations on the procedure for conducting auctions (public auctions) for the sale of mortgaged property"[146].

The organization of these auctions was more similar to modern auctions, as the procedural figure of the auctioneer was introduced; established organizational fee for persons wishing to participate in the auction as buyers; the competitiveness of buyers was ensured by setting their minimum number (at least two). Mechanisms were determined separately to determine the market price of the lot, which in turn ensured the implementation of the principle of fair sale of goods. The initial price of the lot was determined based on the assessment of a qualified expert, and the final price may be higher or lower than the initial one.

According to paragraph 11 of the Procedure for conducting auctions (public auctions) for the sale of mortgaged property: "in the event of a change in price in the direction of increase, each subsequent price offered by buyers at the auction must exceed the previous by at least 10 percent. If no higher price is offered within three minutes after the announcement of the last price, the auctioneer simultaneously with the hammer blow announces the acquisition of the property by the person who offered the highest price. The price is reduced if within three minutes after the announcement of the initial sale price, buyers do not express a desire to

[146] On approval of the Regulations on the procedure for conducting auctions (public auctions) for the sale of mortgaged property: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 22.12.1997 № 1448 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1448-97-%D0%BF#Text

purchase the property at this price"[147]. In this case, the auctioneer has the right to reduce it to a price that meets the requirements of the pledgee under Article 19 of the Law of Ukraine "On Pledge". After a price reduction, if there are no people willing to buy the property, the auction is terminated.

Along with the development of public relations, the auction purchase and sale of goods became widespread in other spheres as well.

In particular, the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 15.12.1998 № 1978 "On the procedure for providing natural gas to the national economy and population in 1999" states that: "auction is the main organizational form of natural gas sales for businesses, which is used as an alternative to direct contracts, including those concluded on commodity exchanges. At the same time, for budget organizations and institutions financed from local budgets, as well as heat and power plants and boilers of industrial enterprises that supply heat, the auction is defined as the only form of purchase of natural gas"[148].

Auction purchase and sale of goods on the energy resources market has also been introduced on a permanent basis. According to the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 04.04.2000 № 599 "On the introduction of auctions for the sale of oil, gas condensate, natural, liquefied gas and coal" established mandatory auctions for the sale of oil, gas condensate, liquefied gas and coal, starting from 01.05.2000, and natural gas – dated 20.12.2006[149]. Currently, the procedure for conducting auctions in this area is determined by the Resolution of the Cabinet of

---

[147] On approval of the Regulations on the procedure for conducting auctions (public auctions) for the sale of mortgaged property: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 22.12.1997 № 1448 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1448-97-%D0%BF#Text

[148] On the procedure for providing natural gas to the national economy and population in 1999: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 15.12.1998 № 1978 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1978-98-%D0%BF#Text

[149] On the introduction of auctions for the sale of oil, gas condensate, natural, liquefied gas and coal: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 04.04.2000 № 599 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine.URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/599-2000-% D0%BF#Text (expired).

Ministers of Ukraine dated 16.10.2014 № 570 "On the organization and conduct of exchange auctions for the sale of crude oil, gas condensate of own production"[150].

The development of the agricultural market deserves special attention. Thus, in order to improve the conditions of reliable resource provision and sale of agricultural products and food, auctions for the sale of livestock and poultry were introduced. The main provisions of such auctions are contained in the order of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine dated 05.06.2002 № 153/44 "On approval of the Regulations on the organization and conduct of auctions of livestock and poultry"[151].

Land auctions are also common in Ukraine. According to the norms of the Land Code of Ukraine (hereinafter – Land Code), it is mandatory to use the auction form of sale of land plots in state and communal ownership[152].

It should be noted that the legislation of Ukraine provides for auctions in various spheres of public life, namely in public procurement, privatization of property of state and municipal enterprises, including small-scale privatization, targeted auctions for the sale of taxable property, customs auctions on the sale of goods that have been seized by customs and stored by it, etc.

Business entities in resolving disputes concerning the legal basis of auction trade are mainly guided by the general rules of the Economic Code of Ukraine with the subsidiary application of the provisions of the Civil Code of Ukraine. If necessary, departmental bylaws are additionally used.

---

[150] On the organization and conduct of exchange auctions for the sale of crude oil, gas condensate of its own production: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 16.10.2014 № 570 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/570-2014-%D0%BF#Text

[151] On approval of the Regulations on the organization and holding of auctions of livestock and poultry: Order of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine dated 05.06.2002 № 153/44 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0653-02#Text

[152] Land Code of Ukraine: Law of Ukraine dated 25.10.2001 № 2768-III // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14#Text

Thus, due to the inconsistency of legal regulation, there is a lack of a unified approach in judicial practice, which complicates its use as a guide in resolving unresolved or conflicting issues.

2.4. Economic contractual relations in the field of auction trade

According to Article 185 of the Economic Code of Ukraine to the conclusion of economic contracts at exchanges, wholesale fairs, public auctions apply the general rules of concluding contracts on the basis of free will, taking into account regulations governing the activities of relevant exchanges, fairs and public auctions. These rules are contained in Articles 179–182, 184 of the Economic Code of Ukraine.

As a general rule, a commercial contract is any property agreement that regulates the relationship between two or more parties and, as a rule, contains contractual property obligations of the parties to act in a certain way. In particular, paragraph 4 of Article 179 of the Economic Code of Ukraine when concluding business contracts, the parties may determine the content of the contract on the basis of:

– free will, when the parties have the right to agree at their discretion any terms of the contract that do not contradict the law;

– a model contract recommended by the management body to economic entities for use in concluding contracts, when the parties have the right by mutual consent to change certain conditions provided for in the model contract, or to supplement its content;

– a standard agreement approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine, or in cases provided by law, another public authority, when the parties may not deviate from the content of the standard agreement, but have the right to specify its terms;

– the contract of accession offered by one party for other possible subjects when these subjects in case of entering into the contract have no right to insist on change of its maintenance.

Based on Art. 180 of the Civil Code, the content of the economic contract are the terms of the contract, defined by the agreement of its parties aimed at establishing, changing or terminating economic obligations, both agreed by the parties and those accepted by them as mandatory terms of the contract.

So according to Article 2 180 of the Economic Code of Ukraine, a business contract is concluded if the parties in the manner and form prescribed by law have agreed on all its essential terms. Significant are the conditions recognized as such by law or necessary for contracts of this type, as well as the conditions on which, at the request of one of the parties, agreement must be reached.

When concluding a business agreement, the parties are obliged in any case to agree on the subject, price and term of the agreement. The subject in the economic contract must determine the name (nomenclature, range) and quantity of products (works, services), as well as requirements for their quality. Requirements for the quality of the subject of the contract are determined according to mandatory regulations for the parties, and in their absence – in a contractual manner, subject to conditions that protect the interests of end users of goods and services.

The price in the economic contract is determined in the order established by this Code, other laws, acts of the Cabinet of Ministers of Ukraine. With the consent of the parties, the business agreement may provide for additional payments to the established price for products (works, services) of higher quality or performance of works in a shorter time compared to the normative.

The term of the economic agreement is the time during which there are economic obligations of the parties arising from this agreement. The obligations of the parties prior to the conclusion of the business agreement shall not be subject to the terms of the concluded agreement, unless otherwise provided by the agreement. The expiration of the commercial contract does not release the parties from liability for its violation, which took place during the contract.

In addition to the above essential conditions, the parties to the business agreement, in order to properly protect the rights and legitimate interests in the future also note:

– the order of execution and the order of transfer-acceptance of execution;

– procedure and forms of payments;

– liability for performance (improper performance) by the parties of contractual obligations;

– circumstances that exclude the liability of the parties for non-performance (improper) performance by the parties of contractual obligations (force majeure);

– ways to ensure proper performance of contractual obligations (pledge, guarantee, etc.);

– the procedure for consideration of disputes arising from the business agreement, including determination of the jurisdiction, and in the case of foreign economic contracts – the country whose legislation will be applied during the dispute.

According to Article 181 The economic contract as a general rule is stated in the form of the uniform document signed by the parties. It is allowed to conclude business contracts in a simplified way, in other words, by exchanging letters, faxes, telegrams, telephonograms, etc., as well as by confirming acceptance of orders, unless the law sets special requirements for the form and procedure for concluding this type of contract.

At the same time, special rules may be established by the legislator regarding the conclusion of economic contracts. For example, such special rules apply when concluding exchange agreements (contracts), which are called exchange transactions. According to Article 15 of the Law of Ukraine "On Commodity Exchange" exchange transaction is an agreement that meets a set of the following conditions:

a) if it is a purchase and sale, delivery and exchange of goods admitted to trading on a commodity exchange;

b) if its participants are members of the exchange;

c) if it is submitted for registration and registered on the stock exchange no later than the day following the transaction.

Transactions listed on the stock exchange are not subject to notarization. And the content of the exchange agreement (except for the name of the goods, quantity, price, place and term of performance) is not subject to disclosure. This information may be provided only upon written request to courts, prosecutors, security services, internal affairs and audit organizations in cases provided by the legislation of Ukraine. The rules of exchange trade and exchange trading are regulated by Article 281 of the Economic Code of Ukraine.

Special rules for the purchase of goods, works and services to meet the needs of the state and the territorial community are also established by the Law of Ukraine "On Public Procurement". According to paragraph 6 of

the first part of Article 1 of this Law, a procurement contract is a business contract signed between the customer and the participant based on the results of the procurement / simplified procurement procedure and provides for paid services, works or purchase of goods.

The subject of procurement – are goods, works or services purchased by the customer within a single procurement procedure or within a simplified procurement, in respect of which bidders are allowed to submit tender proposals or proposals in negotiations (in the case of a negotiated procurement procedure). The subject of procurement is determined by the customer in the manner prescribed by the Authorized Body, using the Unified Procurement Dictionary, approved in the manner prescribed by law.

In practice, the question arises how to determine the estimated cost of the contract, because the conclusion of a contract for services, work with an individual who is not registered as a private entrepreneur or a person engaged in independent professional activity entails a number of tax liabilities, including deductions from paid rewards of personal income tax, payment of a single social contribution, military duty, etc. In such cases, experts advise to take into account all their costs, such as not only the contract price, but also an additional 22 % for the payment of a single social contribution.

For the categories of customers provided for in Articles 2 and 3 of the Law of Ukraine "On Public Procurement" the purchase of goods, works and services before / without procurement procedures / simplified procurement according to the law under Article 164 of the Code of Administrative Offences of Ukraine entails a fine on official (official), authorized persons of the customer in the amount of 1,500–3,000 non-taxable minimum income (UAH 25,500–51,000). For the same actions committed by a person who was subjected to an administrative penalty during the year – 3,000–5,000 non-taxable minimum income (51,000-85,000 UAH). For this violation, the penalty may be imposed by the court within six months from the date of detection of the offense, but not later than two years from the date of its commission (part 3 of Article 38 of the Code of Administrative Offenses). In addition, the conclusion of contracts that provide for payment by the customer of goods, works and services before / without the procurement procedures / simplified procurement, defined by law, entails a fine on the head of the enterprise, organization,

institution in the amount of 2,000–10,000 non-taxable minimum income (34 000–170 000 UAH) according to Article 164 of the Code of Administrative Offenses.

Thus, the legislation on public procurement aims to ensure efficient and transparent procurement, create a competitive environment in the field of public procurement, prevent corruption in this area, the development of fair competition.

Discussion Questions: Self-Control

1. Define the concept of auction.
2. Define the concept of reverse auction.
3. Name the principles of electronic trading platforms.
4. Who can be the organizer of electronic trading platforms?
5. What is the main difference between Dutch auctions?
6. What information is provided to the winner (buyer) of the auction after the auction itself?
7. Specify the features of open bidding?
8. Specify the features of closed bidding?
9. Who is the functionality of the auction appointed for?
10. What does the term "auction time" mean?

TOPIC 3
LEGAL REGULATION OF ADVERTISING ACTIVITY

3.1. The concept of advertising and its types

The term advertising comes from the Latin "reclamare" – "loudly shout" or "announce" – so in the markets and squares of ancient Greece and ancient Rome more than 2 000 years ago loudly shouted and praised various goods. Advertising in English is denoted by the term "advertising", which translated from English means a message and is interpreted as attracting consumer attention to the product (service) and is distributed through calls, suggestions, recommendations to purchase this product or service.

Thus, you can give the following generalized definition of advertising. Advertising is the dissemination in any form of information about a person, goods, services or society, paid by the advertiser in order to attract attention to the object of advertising and increase sales.

According to the Article 1 of the Law of Ukraine "On Advertising" advertising – is information about a person or product, disseminated in any form and in any way and is designed to form or maintain awareness of consumers of advertising and their interest in such person or product.

Based on the definitions of advertising, we can identify its main features (signs):

1) payment;

2) impersonality;

3) unilateral orientation of the advertising appeal from the seller to the buyer;

4) indirectness, in other words, advertising is transmitted through a system of intermediaries (media, various advertising media);

5) the customer (advertiser) is precisely established.

According to the Article 7 of the Law of Ukraine "On Advertising" the main principles of advertising are: legality, accuracy, reliability, use of forms and means that do not harm the consumer advertising. Advertising must not undermine public confidence in advertising and must comply with the principles of fair competition, and advertising must not contain

information or images that violate ethical, humanistic, moral norms, neglect the rules of decency.

Advertising is always aimed at the consumer, including potential, it aims to inform him/her in various ways about new products and services and their consumer properties. The goals of advertising activities should be clearly defined, quantified and defined in terms that will control the effectiveness of advertising activities. They may change due to the passage of the product of its "life" cycle:

– at the stage of implementation – informing the buyer about new products;

– at the stage of growth – the development of demand;

– at the stage of maturity – reminders about the company, goods, discounts, sales;

The goals of advertising can be very different: introducing a new product, entering a new market, expanding consumer knowledge about ways to use the product, creating a favorable impression of the brand and the product itself, increasing demand, information about changes in sales conditions, etc.

The main tasks of advertising can be grouped as follows:

1) prestigious, which are manifested in the formation of the image of the product and the image of the company;

2) commercial tasks, which include sales promotion (sales), search for profitable partners.

Advertising features:

Economic – advertising stimulates the sale of goods and promotes profit growth, accelerate the buying and selling process;

Educational (informational) function – advertising acts as a means of learning: the consumer not only learns about goods and services, but also discovers ways to improve life;

Communicative – with the help of surveys and questionnaires, analysis of market processes and internal firm research, the feedback of the firm (enterprise) with the market and the consumer is maintained;

Controlling – controls the processes of forming the preferences of consumer groups for different products;

Demand management (marketing) – using the opportunities of targeted influence on the consumer, advertising not only generates demand, but also manages it by reducing or increasing the amount of advertising information and scheduling its delivery;

Public (social) – with the help of advertising sent a message addressed to many people who promote any positive phenomenon, event, appeal, reminds of the anniversary date in society, warns of the negative consequences of certain events, etc.

Incentive function – reminders, incentives to buy, establish contacts, etc.

Psychological function – the impact on emotional and mental processes, on the formation and development of needs, on feelings of self-esteem, prestige, views and preferences of consumers, their aspirations[153].

The Law of Ukraine "On Advertising" distinguishes the following types of advertising:

– indoor advertising – advertising placed inside buildings, structures, including cinemas and theaters during, before and after the screening of films and performances, concerts, as well as during sporting events held indoors, except in places of trade (including cafeterias, kiosks, slaughterhouses), where information about the goods sold directly in these places can be placed;

– outdoor advertising – advertising placed on special temporary and stationary advertising structures located in the open, as well as on the outer surfaces of buildings, structures, elements of street equipment, over the carriageway of streets and roads;

– unfair advertising – advertising that misleads or may mislead consumers of advertising, harm individuals, the state or society due to inaccuracies, inaccuracies, ambiguities, exaggerations, omissions, violations of time, place and method of distribution;

– political advertising – information in any form, disseminated in any form, which aims to promote the activities of a political party (party organization), to draw attention to the activities of a political party (party organization) and its position on issues of national (local) value. Political advertising also includes the use of symbols or logos of political parties (party organizations), messages about the support of a political party (party organization) for entertainment or other public events or attracting attention to participation in such events of a political party (party organization);

---

[153] Goals, objectives and functions of advertising. URL: http://marketing-helping.com/konspekti-lekcz/21-konspekt-lekczj-qosnovi-marketinguq/433-czl-zavdannya-ta-funkcz-reklami.html

– comparative advertising – advertising that contains comparisons with other persons and / or goods of another person;

– hidden advertising – information about a person or product in the program, television programs, publications, if such information serves advertising purposes and may mislead people about the true purpose of such programs, television programs, publications;

– advertising on transport – advertising placed on the territory of public transport enterprises, subway, external and internal surfaces of vehicles and buildings of public transport enterprises and subway;

– social advertising – information of any kind, disseminated in any form, which is aimed at achieving socially useful goals, the promotion of universal values and the dissemination of which is not for profit.

The advertising process in general can be represented as follows: advertisers use advertising intermediaries, which through the means of advertising spread prove their appeal to potential consumers.

Thus, advertising is a specific way of communication, connecting advertisers and distributors of advertising with the mass audience in order to short-term or long-term impact on it to achieve a certain effect.

3.2. Legal status of participants in advertising relationships

One of the characteristic features of the legal relationship in the field of advertising is also its complex subject composition. In this case, the subjects of legal relations are their participants (according to Article 1 of the Law of Ukraine "On Advertising"):

– customer (advertiser) – a person who is a customer of advertising for its production and / or distribution;

– manufacturer – a person who fully or partially produces advertising;

– distributor (publisher) – a person who distributes advertising.

Separately, the legislator distinguishes consumers of advertising – an indefinite number of persons to whom advertising is directed, and the state, in the face of regulatory authorities.

It is necessary to analyze in more detail certain categories of participants in advertising relationships. The most controversial is the status of the producer of advertising. Since the production of advertising is a complex process, the category of "manufacturer" must be differentiated.

In view of this, it is necessary to separate the creator or author of the advertisement and directly the manufacturer, in other words, the person who undertakes the technical execution and / or physical reproduction of the object of advertising. In this case, the manufacturer and creator (author) of the advertisement may, in any case, coincide, as well as the distributor / manufacturer. This division requires a clear understanding of the category of creator / author[154].

This status is the subject of regulation of intellectual property rights, which in turn is a component of civil information relations. Accordingly, it is worth turning to the theory of the subjects of information relations.

Thus, to the first category of subjects of information relations, O. V. Kokhanovska refers to the author or creator. It is noted that the subject of creative activity can be only a person or a group (team) of people provided their personal creative contribution, and the subject of copyright relations – can be both the author of the work and other individuals and legal entities for which the right may arise by law, contract or inheritance. Recognition of a person as a subject of copyright in the field of information relations does not require any registration of the work. The recognition of the creator as a subject is not affected by the fact that the work was created by him in the order of performance of official duties. In this case, a different order of use of the work may be established and the author's rights to remuneration may be limited[155].

Accordingly, in a number of cases we can distinguish: creator / author of advertising – a person who is the author of the conceptual idea of advertising and implemented it in the original layout, drawing or detailed terms of reference; technical manufacturer of advertising – a technical specialist, or a group of people who, based on the materials of the creator / author, produces the final advertising product. In this case, the role of creator may be the customer, but, as a general rule, the creator and the manufacturer represent one legal entity – the advertising manufacturer, which on behalf of the advertiser, can attract advertising intermediaries.

---

[154] Voievodin B. Subjective composition of legal relations in the field of advertising (civil law aspect). Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Legal Sciences 94/2012. P. 49–54.

[155] Kokhanovska O. V. Legal regulation in the field of information relations: monograph. K.: National Academy of Internal Affairs of Ukraine, 2001. P. 101. 212 p.

Advertising intermediaries – independent companies (advertising agencies, advertising agents) engaged in the development of advertising campaigns, production of advertising products and / or its placement in the media.

There are also common cases of combining the status of manufacturer and distributor in one person – in the case of providing comprehensive turnkey advertising services. Advertisers, as participants in advertising relationships – organizations and firms, individuals who are the initiators of the advertising process and, as a rule, pay for it. The main functions of the advertiser are to determine the object of advertising and the features of its advertising; development of advertising budget; formulation of goals and objectives of advertising activities (advertising campaign); preparation of source texts with emphasis on the main advantages and features of the advertised object; preparation and conclusion of agreements with an advertising agency on the creation of advertising materials and placement of advertising in the means of advertising; providing assistance to the advertising executor during the development of the advertising campaign; payment for work performed;

– means of advertising – individuals or legal entities that provide space and time for advertising appeals in order to convey them to the target audience;

– consumers of advertising – individuals or legal entities to which advertising information is provided.

In the field of advertising by special subjects of control, as defined in Art. 26 of the Law of Ukraine "On Advertising", there are the following public authorities:

– specially authorized central executive body in the field of consumer protection (The State Service of Ukraine for Food Safety and Consumer Protection) – for the protection of consumer advertising rights;

– Antimonopoly Committee of Ukraine – on compliance with legislation on protection of economic competition;

– National Council of Television and Radio Broadcasting of Ukraine – for television and radio organizations of all forms of ownership;

– the central body of executive power that implements the state budget policy in the field of public debt management and state-guaranteed debt (Public Debt Management Agency of Ukraine) – for advertising of government securities;

– National Bank of Ukraine – on advertising in the markets of financial services (including consumer credit), except for the stock market;

– The National Commission on Securities and Stock Market – on advertising in the stock market;

– the central body of executive power that implements the state policy in the fields of construction, architecture (Ministry of Regional Development, Construction and Housing and Communal Services of Ukraine) – for the construction of a residential building;

– the central executive body that implements the state policy on state supervision and control over compliance with the legislation on employment (The State Labor Service of Ukraine), – on advertising vacancies (employment).

3.3. Regulatory and legal support of advertising

Modern advertising, which has long gone beyond the functions of only the engine of trade, has become multifunctional. It significantly affects all spheres of life. First of all, it is an important component of economic reform, democratization of society, as well as the opportunity to create the image of a country with a high business reputation. Advertising, which has attracted attention only in recent years, is now becoming more widespread. This means that advertisers and distributors of advertising, as well as all those involved, must feel responsible to the consumer to provide him with professional advertising.

Ukraine has already developed a fairly extensive system of legislation regulating advertising. Advertising legislation should continue to be aimed primarily at protecting personal constitutional human rights – the consumer, public interests, as well as the interests of participants in the advertising process, including advertising businesses.

It is worth noting that since 1991, Ukrainian legislation has regulated advertising mainly in fragments and chaos. Such normative legal acts included the Constitution of Ukraine, the Civil Code of Ukraine, the Commercial Code of Ukraine, the Laws of Ukraine "On Foreign Economic Activity", "On Consumer Protection", "On Restriction of Monopoly and Protection against Unfair Competition in Business" (repealed), "On Information", "On Print Media (Press) in Ukraine", "On the Antimonopoly

Committee of Ukraine", "On Television and Radio Broadcasting". However, the importance of advertising as an object of legal regulation required the adoption of a law.

The Law of Ukraine "On Advertising" is the main legal act regulating advertising activities. With its adoption, the legal basis for the regulation of advertising in Ukraine was actually formed. This normative act combines the norms of various branches of law, including state, administrative, civil, and commercial law. The complex nature of this Law is explained by the fact that advertising, as one of the types of entrepreneurial activity, has a multifaceted nature and is therefore the object of complex legal regulation.

General provisions on the protection of the interests of participants in the advertising process are also found in the Laws of Ukraine: "On protection against unfair competition", "On protection of economic competition", "On copyright and related rights", and a number of others. By-laws adopted to implement the Law "On Advertising" specify the procedure for advertising activities, contain the procedure for protecting the rights and legitimate interests of participants in advertising relations, and define the scope and responsibilities of specially authorized state bodies. The norms of law enforcement regarding the settlement of disputed relations and in part of the recommendations also contain the Decisions of the Constitutional Court of Ukraine, the Supreme Court.

After analyzing all the above, we can divide the legal acts that make up the system of current legislation of Ukraine on the regulation of advertising, into general and special:

The general regulations include:

– regulations that set requirements for the form of advertising itself;

– regulations that establish measures of legal influence on violators of these requirements;

– regulations that contain requirements for the content of advertising in relation to the consumer, manufacturer, customer of advertising and determine the legal status of these entities;

– regulations that define the system of bodies endowed with control powers to comply with advertising legislation.

The special regulations include:

– regulations governing general issues of advertising as a specific, independent type of business, and designed to regulate not only the

relations arising in the process of production, distribution and consumption of advertising, but relations not directly related to advertising. These are the Civil Code of Ukraine, the Commercial Code of Ukraine, the Laws of Ukraine "On Copyright and Related Rights", "On Consumer Protection";

– comprehensive regulations containing rules on advertising. These are the Laws of Ukraine "On Foreign Economic Activity", "On Protection against Unfair Competition", "On Protection of Economic Competition", etc.;

– special regulations that directly regulate: a) certain areas of advertising The Laws of Ukraine "On Advertising", "On the circulation in Ukraine of drugs, their analogues and precursors", "On drugs", "On anti-doping control in sports", etc.); b) advertising activities carried out by special entities (The Laws of Ukraine "On State Registration of Print Media, News Agencies and Registration Fees", "On Non-State Pension Provision", etc.); c) certain aspects of advertising (Typical rules for outdoor advertising, Road Safety Program, etc.).

Analysis of the current legislation of Ukraine on advertising gives grounds to talk about its inherent specifics, which is due to the subject of legal regulation. The characteristic features of advertising legislation include: multiple sources of legal regulation; the predominance of bylaws in comparison with the laws in the mechanism of legal regulation, which is due to the lack of regulation of essential aspects of advertising in the laws and leads to legal conflicts and conflicts; significant dynamism, which creates a certain instability as a consequence of the rapid development of advertising legislation in the process of its formation; complex nature. Since advertising is a legally heterogeneous phenomenon, the regulations governing advertising contain rules of various branches of law, such as administrative and financial, with the simultaneous application of dispositive, inherent in civil and commercial (private) law, and imperative, characteristic of public law, principles of legal regulation, depending on the specific content of advertising relations.

3.4. Economic and contractual relations in the field of advertising

The placement or distribution of advertising is the implementation of relevant factual or legal actions by the advertiser, which is the provision of advertising services in the narrow sense, in other words, is the subject of a contractual obligation to provide services.

Professional advertising participants (advertiser, advertising producer and distributor) must coordinate their actions in order to ensure that the advertisement is delivered to the consumer. Both the instrument and the legal form of this process are the contract, which allows to take into account the wishes of each of the parties, to satisfy their property and non-property interests, and provides guarantees of fulfillment of obligations. Most often, the relationship between the participants of advertising is based on the contract, using such advantages of contractual regulation as flexibility in establishing essential and additional conditions, lack of significant restrictions on the subject of the contract, the possibility of optimal consideration of the parties, consistent adherence to the principle of disposition.

All contracts in advertising can be divided into two groups: the first includes contracts that govern only advertising issues, and the second – contracts where the terms of advertising are combined with the basic conditions that determine the type of contract. The conditions of advertising in such contracts are optional and differ significantly in each case, and certainly make such a contract mixed.

It is worth noting that in practice there is no single name for those contracts that mediate only advertising relations. There are such options as a contract for advertising services, a contract for the manufacture of advertising products, a contract for the provision of advertising services, a contract for the manufacture and installation of outdoor advertising, etc., a contract for an advertising campaign that reflects the complex structure of the advertising contract. parties in choosing the type of contract, and thus complicates the understanding of its legal nature.

Advertising relationships can be one-time or ongoing. If there is an agreement in principle between the advertiser – an individual and the advertiser – a cooperation agreement or the provision of services if necessary, and it is paid, it is likely that there will be an employment

contract, not a civil contract. In the case where the agreement is not paid, as well as if the subjects are legal entities, or the relationship between the advertiser and the advertiser is one-time, there is a civil contract.

However, an advertising contract, according to some researchers, will acquire the characteristics of a business, if its parties are legal entities or individuals registered as business entities, which, fulfilling the contract, ensure the implementation of their registered type of business[156].

The contract usually contains a general list of works that the creditor entrusts to the debtor, defines in detail the order of settlements between the parties, determines the conditions of origin and transfer of ownership of advertising, lists the grounds for termination of the contract. The parties to such an agreement are the advertiser, on the one hand, and the advertiser (manufacturer or distributor of advertising), on the other.

As advertisers perform various types of tasks for their clients, from preparatory to final control over advertising, under some contracts the advertiser exclusively produces advertising without installing and placing advertising in the media, premises, streets, stands, buildings, exhibitions, etc. The production itself, depending on the requirements of the advertiser may consist of making a video, film, layout, poster, graphics, stand, postcard, booklet, drawing, image, album, etc., which are transferred to the advertiser for independent use in their business, reproduction and / or installation and placing. Under other agreements, advertisers provide services to advertisers solely for the installation, other placement of advertising in the media, premises, on the streets, stands, buildings, exhibitions, and / or direct distribution. Under the contracts of the third group, the advertiser provides customers-advertisers with mixed services both in the production of advertising and in the installation and placement, distribution of advertising.

Taking into account the subjective composition of advertising, A. Stativka in his work defines the sign of bilateral agreement in the field of advertising as the presence of at least two and in some cases three parties to the contract, in other words, those subjects of the obligation who have independent civil rights and responsibilities and have independent legal liability under the contract[157] However, the presence of three parties

[156] Luts V. V. Contracts in business. Kyiv: Jurinkom Inter, 2001. 560 p.
[157] Statyvka A. O. On contracts for the provision of advertising services to agricultural producers. Civil law. 1997. № 4. P. 11–14.

in the contract will lead to the simultaneous conclusion of two independent types of bilateral advertising agreements: for the production and distribution (placement) of advertising.

However, it is not necessary to conclude one multilateral agreement or two independent bilateral agreements to complete the advertising cycle in society. Since the producer of advertising can be the advertiser himself, from the point of view of the subjective composition of advertising relations, he is a "double subject". Similarly, advertising can be produced by the same advertising agency, which will later distribute it, providing a combination of producer and distributor of advertising in one person. The practice of advertising shows that the latter combination is the most common, which is obviously why the "combined" subject of advertising – "producer of advertising plus distributor of advertising" in advertising contracts is called an advertiser.

The list of services and works offered by the advertiser is an essential condition of the contract. At the conclusion of the contract the advertiser has the right to use all complex of the offered by the advertiser, or to choose only a part; it is necessary and sufficient for the conclusion of a separate contract to reach an agreement on the production or distribution of advertising as the object of the contract. The advertiser together with the manufacturer and distributor of advertising determines the purpose, the desired intermediate and final results, the features of advertising, can influence the choice of expressive means of advertising and technical media. In this case, the advertiser is obliged to adhere to the principles of advertising, to take into account the requirements for advertising, defined in the Law of Ukraine "On Advertising". The rights and obligations of the parties to the contract are inherent in the content of contracts and service agreements.

Selected under the contract determines the price condition. It should be noted that the legislation does not contain any specific instructions on the price, which in this agreement, as a rule, is based on market laws. The price condition in advertising contracts is essential if the parties specifically stipulate it, in other circumstances this condition may not be determined, although the contract will be considered concluded and will be enforceable.

The term as an essential condition of the contract is set by agreement of the positions of the parties, otherwise the debtor will not be able to

perform properly. The main term of the contract can be specified by setting a number of intermediate terms (the term of the advertiser's performance of a particular service or its independent stage; submission and approval of advertising samples, etc.).

The law does not provide for special rules on the form of this agreement, and therefore the agreement is concluded according to the general rules on the form of the transaction (Chapter 16, Article 639 of the Civil Code of Ukraine). If the contract is concluded orally, the only written document is an invoice (invoice) for payment of advertising works and services, which cannot replace a full-fledged contract, because, as some researchers note: "is not only a one-time document but also temporary (in other words, has a certain period of validity, with the expiration of which it becomes "invalid")"[158].

The list of services and works offered by the advertiser is an essential condition of the contract. At the conclusion of the contract the advertiser has the right to use all complex of the offered by the advertiser, or to choose only a part; it is necessary and sufficient for the conclusion of a separate contract to reach an agreement on the production or distribution of advertising as the object of the contract. The advertiser together with the manufacturer and distributor of advertising determines the purpose, the desired intermediate and final results, the features of advertising, can influence the choice of expressive means of advertising and technical media. In this case, the advertiser is obliged to adhere to the principles of advertising, to take into account the requirements for advertising, defined in the Law of Ukraine "On Advertising". The rights and obligations of the parties to the contract are inherent in the content of contracts and service agreements.

Selected under the contract determines the price condition. It should be noted that the legislation does not contain any specific instructions on the price, which in this agreement, as a rule, is based on market laws. The condition of the price in advertising contracts is essential if the parties specifically stipulate it, in other circumstances this condition may not be determined, although the contract will be considered concluded and will be enforceable.

---

[158] Moiseenko T. Documenting the relationship in the field of advertising / T. Moiseenko // New accounting. Debit-Credit Library, 2005. P. 10–15.

The term as an essential condition of the contract is set by agreement of the positions of the parties, otherwise the debtor will not be able to perform properly. The main term of the contract can be specified by setting a number of intermediate terms (the term of the advertiser's performance of a particular service or its independent stage; submission and approval of advertising samples, etc.).

The law does not provide for special rules on the form of this agreement, and therefore the agreement is concluded according to the general rules on the form of the transaction (Chapter 16, Article 639 of the Civil Code of Ukraine). If the contract is concluded orally, the only written document is an invoice for payment of advertising works and services, which cannot replace a full-fledged contract, because, as some researchers note: "is not only a one-time document but also temporary (in other words, has a certain period of validity, with the expiration of which it becomes "invalid")"[159].

It should be noted that the written form of the contract allows you to fully consolidate not only the provision of advertising services, advertising, but also the creation of advertising.

Thus, it can be noted that an advertising contract is a contract under which one party (advertiser (distributor)) undertakes on behalf of and at the expense of the other party (advertiser) to produce, place or distribute advertising, and the advertiser is obliged to accept and pay cash.

This definition allows us to identify the main features of this type of contract, namely: casual, consensual, bilateral, paid, mixed (contains elements of contracts) and combines two separate contracts: the creation of advertising and the provision of a special type of advertising services for placement or distribution advertising.

Contracts for the creation of advertising. The procedure for concluding a contract for the production of advertising is the first significant step towards bringing the content of the advertising message to the consumer. The initiator of this agreement is usually an advertiser who chooses a counterparty from a variety of possible advertising services on the market, and independently or in cooperation with the selected advertising manufacturer determines which object should be advertised;

[159] Moiseenko T. Documenting the relationship in the field of advertising / T. Moiseenko // New accounting. Debit-Credit Library, 2005. P. 10–15.

determines the degree and features of advertising of this object. It should be noted that some actions may be taken by the advertiser before, others after the conclusion of the contract, and it is especially important to enshrine the latter in the contract in the form of rights and obligations of the parties.

It is worth noting that the clear specificity of the subject of the contract – the creation of advertising, which is a complex process that involves the consistent overcoming of several stages. At the first (usually pre-contractual) stage, information is collected on the basis of marketing research data, sociological characteristics of potential consumers, market conditions, etc. Then the type of advertising is determined, the choice of its forms and means, advertising strategy, its time and territorial boundaries, estimates of the future advertising campaign are determined. A little later, there is its own creation – the creative development of the initial content element, aimed at the emergence of an original advertising idea. As a result, the idea receives the desired material embodiment – there is a production of advertising in a single copy, in other words, fixing the advertising idea on tangible media that are suitable for further reproduction. The parties are determined by the technical condition of the material carrier (in particular, the materials used in its manufacture, its size, the presence of lighting, etc.). The need for the fifth, optional, stage is determined based on the chosen methods of further advertising. At this stage, advertising is replicated according to the necessary parameters (area, quality and type of reproduction, data on the media, circulation), in other words, the manufacture of technical media. The result of the completion of the last stage is the transfer of finished advertising to the customer.

The contract for the production of advertising is a legal form that reflects all stages of the emergence of advertising. Determining its subject, the parties set requirements for the final results of each stage and outline mutual efforts regarding the final result. The presence of clearly defined successive stages, each of which depends on the previous one, gives grounds for likening the contract for the creation of advertising to the contract for design and exploration work, as a separate type of contract.

Such moments include: 1) the object, from the standpoint of the ultimate goal of advertising, is – the distribution of advertising; 2) the object of intellectual property is the result of the contract for the creation of

advertising is, which may contain a trade secret. Therefore, the advertising manufacturer is obliged to take measures to maintain confidentiality.

Features of the subject of the contract give rise to the specifics of the legal status of counterparties. Certain rights and obligations of the parties are enshrined in the Law of Ukraine "On Advertising". The advertiser is obliged to provide the necessary assistance in the preparation of source materials – to determine the most important parameters of future advertising and provide the necessary accurate and reliable information of legal, technical, economic and other content, otherwise the manufacturer does not start work. In particular, the customer may submit documents describing future advertising locations (for example, photographs, drawings, vehicle characteristics, architectural references, diagrams, etc.). All necessary information data are transmitted in writing.

Contracts for the placement and distribution of advertising. As a final step in the distribution of advertising on the way from the advertiser to the consumer includes two stages: placement of advertising in the media for further distribution (for example, placement of advertising on newspaper columns, installation of billboards), and direct distribution, which involves proving the content of the advertisement; set out in a hard copy, to the attention of the individual consumer of advertising in a certain way in the planning of the advertising campaign.

The opinion of O. R. Shyshka, who notes in his work that property is used in the placement of advertising information, and actions related to the use of property are taken in its dissemination[160].

The subject of the contract, as a rule, indicates the location of future advertising and a description of advertising (layout, media, advertising of goods, persons, etc.), which must meet the general principles, general requirements and special requirements for advertising certain types of goods.

In order to convey the content of advertising to the general public, the distributor of advertising must have the appropriate material and technical basis on the right of ownership or similar property rights. However, the vast majority of advertising distribution relationships require

[160] Shyshka O. R. Agreement for the creation and distribution of advertising. Thesis for candidate degree in law. Kharkiv, National University of Internal Affairs, 2005. 216 p.

a legal relationship between the advertiser, the property owner and the advertising distributor, with the conclusion of a contract.

The contract provides the chosen method of distribution. Direct agreements between the advertiser and the distributor of advertising are extremely rare due to the fact that in the process of placement may be a variety of ways, entities and territories distribution of advertising samples of one advertiser. Unable to enter into a number of contracts at the same time, he turns to the services of a representative – a professional intermediary who, working in a certain area, is well aware of the market, has up-to-date information about potential partners of interest to the advertiser[161].

Thus, there is a two-tier structure of contractual relations; at the first (internal) level, the advertiser enters into an agreement with a professional intermediary, entrusting him with his own powers; at the second (external) level, the intermediary enters into one, and often several similar or different in nature contracts for placement (distribution) of advertising with direct distributors (third parties), acts as a party to them, independently expresses the will of the advertiser to conclude them, acquires from these agreements of rights and obligations. The mass media or other counterparty under external level contracts is in fact a party to the advertising relationship in the stage of performance of the contract, because it receives the authority delegated by the advertiser to dispose of advertising. At the same time, there is no direct relationship between the advertiser and the media, they can only complain to the advertiser.

It is worth noting the question of which level of contracts – external or internal – are primary and essential for advertising relations. The fact is that in one case, the conclusion of the contract for advertising is initiated by the advertiser, who is looking for a contractor – the advertiser and obliges him to ensure the distribution of advertising. Otherwise, the initiative may come from an advertising agency or even from an advertising distributor, such as the media, property owner, communications provider, etc.

---

[161] Mamchur L. V. Legal regulation of advertising (civilised aspect). Thesis for candidate degree in law. Speciality: 12.00.03 / L.V. Mamchur. Lviv, 2006. 204 p.

The specificity of the contract is that the advertiser may need at any time for reasons of inexpediency of further performance of a unilateral statement to terminate the contract, paying for the part of the services already provided; whereas at the request of the advertiser the contract cannot be terminated without good reason. An important reason may be the impossibility of further performance of the contract or breach of contract by the other party. The establishment of inequality of the parties regarding the unilateral termination of the contract once again indicates the presence in it of elements of the commission agreement.

Therefore, from the above we can conclude that the contract for the provision of advertising services is a paid, consensual, bilateral contract under which one party (advertiser) instructs the other party (advertiser) to find the necessary contractors and enter into contracts for the distribution of advertising, and obligations. is obliged to pay for the services provided.

Discussion Questions: Self-Control

1. General characteristics of ways to protect the rights of participants in advertising relations.
2. Contracts for the creation of advertising.
3. Contracts for the placement and distribution of advertising.
4. Features of advertising agencies.
5. Mediation in the field of advertising.
6. The concept of comparative advertising and its features.
7. Forms of unfair competition in the field of advertising.
8. Features of advertising on the Internet.
9. Responsibility of participants in advertising relations.

TOPIC 4
CONTROL IN THE FIELD OF TRADE

4.1. Basic principles of state control (supervision) in the field of trade

According to Article 1 "About the basic principles of the state supervision (control) in the sphere of economic activity" state supervision (control) is the activity of authorized by law central executive bodies, their territorial bodies, state collegial bodies, executive bodies of the Autonomous Republic of Crimea, local state administrations, bodies local self-government (hereinafter – state supervision (control) bodies within the powers provided by law to identify and prevent violations of the law by economic entities and ensure the interests of society, including the proper quality of products, works and services, the permissible level of danger to the population, environment natural environment.

The basic principles of state control (supervision) "(Article 3 of the Law of Ukraine "On the Basic Principles of State Supervision (Control) in the Sphere of Economic Activity" include the following:

1) the priority of security in matters of human life and health, the functioning and development of society, living environment and life before any other interests and goals in the field of economic activity;

2) equality of rights and legitimate interests of all business entities;

3) guaranteeing the rights and legitimate interests of each business entity;

4) objectivity and impartiality of state supervision (control), inadmissibility of inspections of business entities on anonymous and other unfounded statements, as well as the inevitability of liability of persons for state supervision (control) only if there are grounds and in the manner prescribed by law;

5) openness, transparency, planning and systematic state supervision (control);

6) inadmissibility of duplication of powers of state supervision (control) bodies and inadmissibility of implementation of state supervision (control) measures by different state supervision (control) bodies on the same issue;

7) non-interference of the state supervision (control) body in the activity of the business entity, if it is carried out within the law;

8) liability of the state supervision (control) body and its officials for damage caused to the business entity as a result of violation of the requirements of the legislation, violation of the rights and legitimate interests of the business entity;

9) presumptions of the legality of the business entity's activity if the norm of a law or other normative legal act issued on the basis of the law, or if the norms of different laws or different normative legal acts allow ambiguous (multiple) interpretation of the rights and obligations of the subject business entity and / or powers of the state supervision (control) body;

10) the focus of state supervision (control) on the prevention of offenses in the field of economic activity.

State supervision (control) is carried out at the place of economic activity of the business entity or its separate subdivisions, or in the premises of the body of state supervision (control) in cases provided by law.

Production (manufacture) or sale of products, performance of works, provision of services by business entities may be suspended in whole or in part only by a court decision. Resumption of production (manufacture) or sale of products, performance of works, provision of services by business entities after suspension is possible from the moment of receipt by the state supervision (control) body that initiated the suspension, notification of the business entity to eliminate all court violations.

An official of a state supervision (control) body is prohibited from exercising state supervision (control) over business entities with which (or with whose officials) the official is in a family relationship, or in the event of a conflict of interest in accordance with the legislation in the field of prevention and counteraction to corruption.

If the norm of a law or other normative legal act issued on the basis of a law, or if the norms of different laws or different normative legal acts allow ambiguous (multiple) interpretation of the rights and obligations of an economic entity or the powers of a state supervisory body), the rule is interpreted in the interests of the business entity.

Failure to comply with instructions, orders and other administrative documents of the state supervision (control) body entails the application of penalties to the business entity in accordance with the law.

Officials of the state supervision (control) body, in order to clarify the circumstances relevant to the completeness of the event, shall, within the powers provided by law, inspect the territories or premises used for business activities, as well as any documents or items, if required by law.

During the activities of state supervision (control) it is not allowed to seize from business entities the originals of their financial and economic, accounting and other documents, as well as computers, their parts, except as provided by criminal procedure legislation.

A planned or unscheduled event in relation to a business entity – a legal entity must be carried out in the presence of the head or a person authorized by the head. Planned or unscheduled activities for a physical person – entrepreneur must be carried out in his/her presence or in the presence of a person authorized by him/her.

Before the start of state supervision (control), an official of the state supervision (control) body shall make an entry in the register of measures of state supervision (control) (if such a log is available to the business entity).

The activities of state supervision (control) bodies related to the collection of information, their purpose is to obtain information on mass phenomena and processes occurring in the sphere of economic activity, are not considered measures of state supervision (control).

During and after the implementation of state supervision (control), the officials of the state supervision (control) body are obliged to keep trade secrets and confidential information of the business entity.

Information, the access to it is restricted by law, obtained by an official of the state supervision (control) body during the implementation of state supervision (control), may be used only in the manner prescribed by law.

State supervision (control) bodies provide a special regime for protection and access to information that is a trade secret according to the requirements of the law.

When carrying out measures of state supervision (control), officials of state supervision (control) bodies are obliged to use only unified forms of acts.

An economic entity during the exercise of state supervision (control) has the right to:

– be informed of their rights and responsibilities;

– require officials of the state supervision (control) body to comply with the requirements of the legislation;

– check the presence of officials of the state supervision (control) service certificate and certificate (referral) and receive a copy of the certificate (referral) for a scheduled or unscheduled event;

– not to allow officials of the state supervision (control) body to carry out state supervision (control) if:

– state supervision (control) is carried out in violation of the statutory requirements for the frequency of these activities;

– the business entity did not receive a notification on the implementation of the planned measure of state supervision (control) in the manner prescribed by law, namely 10 days before the start of the control measure;

– an official of the state supervision (control) body did not make an entry on the implementation of the state supervision (control) measure in the register of state supervision (control) measures (if such a log is available to the business entity);

– the duration of the planned measure of state supervision (control) or the total duration of such measures during the year exceeds the maximum duration, namely the term of the planned measure may not exceed ten working days, and for micro and small businesses – five working days. Extension of the planned event is not allowed. The total duration of all planned measures carried out by state supervision (control) bodies during the calendar year in respect of an economic entity (complex planned measure) may not exceed thirty working days, and in respect of micro and small enterprises – fifteen working days.

– the body of state supervision (control) carries out a repeated unscheduled measure of state supervision (control) on the same fact (facts) that was (were) the basis for the conducted unscheduled measure of state supervision (control);

– the state supervision (control) body did not approve and publish on its official website a unified form of the act, which provides a list of issues depending on the degree of risk;

– in cases provided by law, officials did not provide a copy of the consent of the central executive body that implements state policy in the relevant field of state supervision (control), or the relevant state collegial body to carry out unscheduled measures of state supervision (control);

– be present during the implementation of measures of state supervision (control), involve third parties during the implementation of these measures;

– require non-disclosure of information that is a trade secret or is confidential information of the entity;

– receive and get acquainted with acts of state supervision (control);

– provide the state supervision (control) body in writing with its explanations, remarks or objections to the act;

– to appeal in the manner prescribed by law illegal actions of state supervision (control) bodies and their officials;

– receive advisory assistance from the state supervision (control) body in order to prevent violations during the implementation of state supervision (control) measures;

– keep a register of state supervision (control) and order officials of state supervision (control) to make records on the implementation of these measures before their implementation;

– claim termination of the state supervision (control) measure in case of:

• use of non-uniform forms of acts by officials of the state supervision (control) body;

• find out during the implementation of an unscheduled measure of state supervision (control) the reasons that became the basis for the implementation of such a measure.

The business entity during the implementation of state supervision (control) is obliged to:

– allow officials of the state supervision (control) body to carry out state supervision (control) measures, provided that they comply with the procedure for state supervision (control) provided for by this Law;

– comply with the requirements of the state supervision (control) body to eliminate the identified violations of the law;

– provide documents, product samples, explanations to the extent he/she considers necessary, certificates, information, materials on issues arising during state supervision (control), according to the law;

– receive a copy of the act and / or prescription of the state supervision (control) body based on the results of the planned or unscheduled event.

The legislator provides the following responsibility to business entities:

1. Failure to comply with instructions, orders or other administrative documents to eliminate violations of the law, identified during the implementation of state supervision (control) measures, entails the application of penalties to the business entity in the manner prescribed by law.

2. In case of application of sanctions for violation of requirements of the legislation, in particular, if the law provides the minimum and maximum sizes of sanctions, the principle of proportionality of violation and punishment is considered. The sanction applied to the business entity in the first violation may not be higher than the minimum sanction provided by the relevant law.

3. In case of non-payment by the business entity of the penalty applied to it as a result of the measures of state supervision (control) within 15 calendar days from the date of delivery or sending of the administrative document in the order provided by the current legislation if administrative documents were not appealed to the state body supervision (control) and / or in court and upheld, the amount of the sanction is levied in court.

4. The business entity, officials of the business entity – legal entity are not responsible for the refusal to provide explanations on the activities of the business entity.

Planned activities are carried out according to the annual plans approved by the state supervision (control) body no later than December 1 of the year preceding the planned one. Amendments to the annual plans for the implementation of measures of state supervision (control) are not allowed, except in cases of change of the name of the business entity and correction of technical errors. The planning period is the year calculated from January 1 to December 31 of the planning year. Plans for the implementation of measures of state supervision (control) for the next planning period must contain the dates of the beginning of every planned measure of state supervision (control) and the timing of their implementation.

During the planning period, the implementation of more than one planned measure of state supervision (control) against one business entity by the same body of state supervision (control) is not allowed. The bodies of state supervision (control) annually determine the list of economic

entities that are subject to planned measures of state supervision (control) in the planning period, and no later than October 15 of the year preceding the planned, ensure the entry of information about these entities into the integrated automated systems of state supervision (control) for its automatic detection of business entities that are subject to comprehensive planned measures of state supervision (control). The draft plan for the implementation of comprehensive measures of state supervision (control) is formed by an integrated automated system of state supervision (control).

Depending on the degree of risk, the state supervision (control) body determines the list of issues for the implementation of planned measures, which is approved by the order of this body. The body of state supervision (control) publishes the criteria and frequency of planned measures for the implementation of state supervision (control) by posting on its official website in the manner prescribed by law.

Planned measures of state supervision (control) are carried out by the body of state supervision (control) over the activities of economic entities, which includes:

to a high degree of risk – not more often than once in two years;

to medium degree of risk – not more often than once in three years;

to a minor degree of risk – no more than once every five years.

Unified forms of acts with a list of issues are approved by the state supervision (control) body and published on its official website within five working days from the date of approval in the manner prescribed by law. Exclusively within the list of issues, the body of state supervision (control), depending on the objectives of the measure and the degree of risk, determines the issues to be carried out state supervision (control), and indicates them in the direction of the inspection.

4.2. State veterinary-sanitary control

According to Article 1 of the Law of Ukraine "On Veterinary Medicine":

– state veterinary and sanitary control – these are the functions performed by state veterinary inspectors and consist in the constant implementation of the veterinary and sanitary measures and technical regulations established by the current legislation;

– state veterinary and sanitary supervision is a function performed by state veterinary inspectors and consists in periodic inspection of compliance with the requirements of current legislation in the field of veterinary medicine.

State veterinary and sanitary control and supervision at the state border of Ukraine and transport is mandatory in case of import into the customs territory of Ukraine (also in cases of transit) of objects of state veterinary and sanitary control and supervision by different modes of transport.

According to paragraph 1, paragraph 6 of Article 18 of the Law of Ukraine "On Veterinary Medicine" state veterinary and sanitary control and supervision at the state border of Ukraine and transport is carried out by regional services of state veterinary and sanitary control and supervision at the state border of Ukraine and transport, their structural units (points). At checkpoints across the state border of Ukraine, state veterinary and sanitary control at the state border of Ukraine and transport of objects of state veterinary and sanitary control and supervision imported into the customs territory of Ukraine (including for transit), is carried out by customs authorities in the form of preliminary documentary control.

In case of termination of the previous documentary control by the customs authorities, the state inspector of veterinary medicine shall be involved in the implementation of the state veterinary and sanitary control.

State veterinary and sanitary control is carried out by state veterinary inspectors, in other words, a veterinarian working in the state veterinary service or authorized by the Department. If it is a doctor of a foreign country – its veterinary administration, to inspect goods, facilities, veterinary medicine and related facilities to protect human health and / or animal health and, if necessary, certification of their veterinary health status according to the requirements of relevant international organizations and the implementation of other functions of state veterinary and sanitary control and supervision.

Objects of state veterinary and sanitary control and supervision – are goods, facilities, veterinary medicine, animal care products and related facilities:

According to paragraphs 5, 6 of the Procedure for the passage of goods under the control of the State Veterinary Service across the state border of Ukraine, approved by the order of the Chief State Inspector of

Veterinary Medicine of Ukraine dated December 27, 1999 № 49 registration of goods under the control of the State Veterinary Service checkpoints at the state border upon import are possible only if the original veterinary certificate, sanitary certificate of the country of origin, in compliance with veterinary requirements for the import of goods into Ukraine, controlled by the State Veterinary Service.

The specialist of the point of state veterinary control at the state border and transport puts the stamp "Unloading and customs clearance under border state control", numbered seal, signature and date (on the veterinary certificate, sanitary certificate, customs declarations, commodity declarations). After that, the vehicle with the cargo can move on the territory of Ukraine to the customs of destination. At the customs office, the registration of goods is carried out only in the presence of a certificate form F-2, which is issued by specialists of structural units of regional services of state veterinary control at the state border and transport after veterinary examination in the state laboratory of veterinary medicine.

When carrying out veterinary control in case of discrepancy of the name of the cargo specified in the foreign veterinary certificate and the sanitary certificate to the actual, and also inconsistency of characteristics of quality of production to the specified, the customs authority returns the goods to the customs authority. International veterinary certificates issued by state inspectors of veterinary medicine or authorized (official) doctors are provided to the customs authority for customs clearance of goods under the control of the state service of veterinary medicine, which are exported outside the state.

Specialists of the state veterinary control point at the state border and transport certify the data of international veterinary certificates with a numbered seal, personal signature and stamp "Export is allowed". In the case of export of controlled goods to the CIS countries, customs clearance is carried out on the basis of a veterinary certificate (international veterinary certificate) and a mandatory mark of the veterinarian of the state veterinary control station.

Rules for filling, storage, write-off of veterinary documents and requirements for their registration, approved by the order of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine dated August 1, 2014 № 288. In particular, Section II contains the rules for filling out veterinary documents.

When issuing a veterinary document, the official shall certify only what he / she is personally convinced of or what is confirmed by other veterinary documents of the established form issued by veterinary specialists who have the right to draw up these documents.

Veterinary documents written in ink of different colors or different handwriting (except for the signature), as well as those that have corrections, do not have a signature and / or seal, the date of issue, are considered invalid.

It is allowed to fill in the veterinary document, its second original and the root with printing devices or a ballpoint pen under the copy paper, then signing each completed form of the veterinary document, its second original and the root separately. When filling in veterinary documents, the use of the abbreviation, which is accepted in Ukraine, is allowed. The second original and the root of the veterinary document must contain the originals of signatures, imprints of seals. Veterinary certificates of forms № 1 and № 2 are filled in Ukrainian and accompany the goods that are exported outside the district (city), during their transportation through the territory of Ukraine. Veterinary certificates of forms № 1, № 2, № 3 CIS are filled in Russian and accompany the goods on the territory of the CIS countries. International veterinary certificates are filled in Ukrainian and English and / or the language of the exporting country (importer).

Veterinary documents are valid for presentation for shipment within 5 days and until the end of transportation and terms of sale of goods in compliance with storage conditions and rules of transportation.

When sending goods or moving animals by road, the veterinary document is passed to the driver (forwarder) as an appendix to the goods and transport documents with subsequent transfer to its recipient at the destination.

When transporting goods by rail, water and air, veterinary certificates (forms № 1, № 2) are issued as a set: veterinary certificate, its second original and veterinary certificate counterfoil.

Veterinary documents are issued on the basis of a direct inspection of the object of state veterinary and sanitary control and supervision.

When transporting goods by rail, water or air transport, the second original of the veterinary certificate is issued to the senior conductor (driver) accompanying the animals (form № 1), or placed together with the cargo in the car, hold, luggage (form № 2).

Veterinary documents are signed by state inspectors of veterinary medicine or authorized veterinarians and sealed by the state institution of veterinary medicine.

After the issuance of the relevant veterinary document to the applicant or the authorized person, the relevant entry is made in the registers of issuance of veterinary documents, the forms of which are approved by the Chief State Inspector of Veterinary Medicine of Ukraine.

The person who has received the veterinary certificate shall put his/her signature on its receipt on the back.

Transit through the territory of Ukraine is carried out taking into account the epizootic condition of the exporting countries in the presence of veterinary certificates of the state veterinary service of the exporting country. In case of transit of goods under the control of the state veterinary medicine service, the veterinarian of the state veterinary control point after carrying out the state veterinary control at the checkpoints across the state border of Ukraine puts the stamp "Transit is allowed" on veterinary certificates.

Rules of transit of goods.

Transit of goods is carried out by appropriate road, rail, water and air routes passing through checkpoints across the state border of Ukraine, defined by the Cabinet of Ministers of Ukraine, taking into account the principle of freedom of transit and the requirements of international treaties of Ukraine. According to Article 6 of the Law of Ukraine "On transit of goods" transit of goods is accompanied by a consignment note drawn up in the language of international communication. Depending on the chosen type of transport, such an invoice can be an Air Waybill, CMR, a CIM-SMGS consignment note, the CIM consignment, Bill of Lading.

In addition, the transit of goods may be accompanied (if any) by an Invoice or other document indicating the value of the goods, Packing list (specification), Cargo Manifest, Carnet TIR, Carnet ATA. When declaring transit cargoes according to the customs legislation of Ukraine, a cargo customs declaration (CCD) or the CIM consignment, a CIM-SMGS consignment note, a Carnet TIR, Carnet ATA required for customs control.

In the case of transit of goods by rail to the customs authorities in the areas covered by the Convention concerning International Carriage by Rail (COTIF), the CIM consignment note. In the case of transit of goods by rail in other areas, a CIM-SMGS consignment note containing the information necessary for customs control is submitted to the customs authorities.

In case of transit of goods by road, a cargo customs declaration (CCD) or a Carnet TIR is submitted to the customs authorities.

Declaration of transit of goods transported by air is carried out by the Air Waybill and / or Cargo Manifest with the submission of the customs authorities of the loading customs declaration. In case of transit of cargo within one checkpoint, the cargo customs declaration is not submitted.

Declaration of transit cargoes moving by sea and river transport according to the requirements of the legislation of Ukraine is carried out upon submission to the customs authorities of the BILL of Lading and cargo customs declaration.

Goods (except for excisable goods), which are transited by sea and river transport in containers and during storage remain within one checkpoint or customs control zone of the seaport, the cargo customs declaration is not submitted.

Customs clearance of transit of excisable goods by any mode of transport, except for the transit of goods by air within one checkpoint, is carried out only on condition of submission to the customs authorities of the cargo customs declaration (CCD).

4.3. Legal status of state market surveillance authorities

Legal and organizational principles of state market supervision and control of non-food products are established by the Law of Ukraine "On State Market Supervision and Control of Non-Food Products".

State control of products is the activity of customs authorities, and state market supervision is the activity of market surveillance authorities in order to ensure compliance of products with the established requirements, as well as to ensure the absence of threats to public interests.

The main principles of market surveillance and product control are:

1) proportionality of market surveillance measures taken by market surveillance authorities, the level of threat to public interests;

2) objectivity, impartiality and competence of market surveillance authorities and customs authorities in carrying out market surveillance and product control;

3) transparency of market surveillance and control of products, availability and openness of information in this area;

4) coordination of actions of market surveillance authorities and customs authorities and interaction between them;

5) observance of the rights and protection of the interests of economic entities, consumers (users) during the implementation of market supervision and product control;

6) inadmissibility of discrimination of business entities and prevention of unfair competition;

7) equality of measures of market supervision and control of products regardless of the country of origin of products;

8) effectiveness and proportionality of liability of business entities for violation of the Laws of Ukraine "On State Market Supervision and Control of Non-Food Products" and "About General Safety of Non-Food Products" and other established requirements, its focus on preventing violations by business entities, and also the possibility of strengthening sanctions in case of repeated commission by the business entity of the same violation;

9) liability of market surveillance authorities, customs authorities and their officials who carry out market surveillance and product control, for damage caused to economic entities as a result of disproportionate and illegal application of market surveillance and product control measures, etc.

According to Article 10 of the Law of "About State Market Supervision and Control of Non-Food Products" market supervision is carried out by market surveillance authorities within their areas of responsibility. Market surveillance authorities form a single system. Areas of responsibility of market surveillance authorities include types of products that are subject to technical regulations, and may include types of products that are not subject to technical regulations.

Market surveillance authorities interact and exchange information with each other, as well as with customs authorities, central executive bodies that supervise and control products, law enforcement agencies, public consumer organizations (consumer associations) and business associations.

The powers and procedure of market surveillance authorities, the rights and responsibilities of their officials who carry out market surveillance are established by the Laws of Ukraine "About State Market

Supervision and Control of Non-Food Products" and "On General Safety of Non-Food Products".

According to Article 11 of the Law of Ukraine "About State Market Supervision and Control of Non-Food Products" establishes the following powers of market surveillance authorities:

1) participate in the implementation of state policy in the field of market surveillance;

2) organize the development of draft sectoral plans for market surveillance, approve sectoral plans for market surveillance, monitor the implementation and review of these plans;

3) carry out in the manner prescribed by the Cabinet of Ministers of Ukraine "On some issues of consumer protection (users) on the safety of non-food products from December 26, 2011 № 1400 monitoring of the causes and number of appeals of consumers (users) to protect their right to product safety, reasons and the number of accidents and cases of harm to human health due to consumption of products (its use);

4) conduct inspections of product characteristics, including sampling of products and ensure their examination (testing);

5) check compliance with the requirements for the presentation of products at the place of the fair, exhibition, display or demonstration in another way of products that do not meet the established requirements, and in certain cases issue certain instructions.

In particular, according to the order of the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine dated 19.04.2019 № 667 "On approval of standard forms of documents in the field of state market supervision and state control of products" approved standard forms of documents in the field of state market supervision and state control of products, attached:

– referral for inspection (form № 1);

– act of checking the characteristics of products (form № 2);

– an act of verification of compliance with the requirements for the presentation of products at the place of the fair, exhibition, display or demonstration in another way of products that do not meet the established requirements (form № 3);

– an act of inspection of the state of execution by the business entity of decisions on taking restrictive (corrective) measures (form № 4);

– an order to immediately eliminate violations of the requirements for the presentation at the venue of the fair, exhibition, display or other

demonstration of products that do not meet the established requirements (form № 5);

– a decision to immediately stop presenting products at the venue of the relevant fair, exhibition, display or demonstration in another way of products that do not meet the established requirements (form № 6);

– decision on product sampling (form № 7);

– decision on taking restrictive (corrective) measures (form № 8);

– decision to amend the decision (form № 9);

– decision to cancel the decision (form № 10);

– the decision to destroy the product or bring it in another way to a state that precludes its use (form № 11);

– decision on suspension of customs clearance of products based on the results of state control of products (form № 12);

– protocol on detected (i) violation of the requirements of the Law of Ukraine "About State Market Supervision and Control of Non-Food Products" and the Law of Ukraine "About General Safety of Non-Food Products" (form № 13);

– decision to impose a fine (form № 14).

6) monitor the actions of business entities regarding the withdrawal from circulation and / or recall of products in respect of which a decision on withdrawal from circulation and / or recall has been made;

7) take appropriate measures to timely warn consumers (users) about the danger identified by market surveillance authorities, which is the product;

8) take measures to establish cooperation with economic entities in order to prevent or reduce the risks posed by products provided by these economic entities on the market.

The full list of types of products for which the state market supervision bodies carry out state market supervision is established by the resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of December 28, 2016 № 1069.

For example, we note some of them.

Table 4

Type of products subject to state market surveillance (area of responsibility of the state market surveillance authority)	**Name of the normative legal act, the effect of it extends to the relevant type of product**	**Name of the body of state market supervision**
Marine equipment	Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated September 5, 2007 № 1103 "On approving Technical regulations on marine equipment"	Maritime Administration
Railroad infrastructure	Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated July 11, 2013 № 494 "On approval of the Technical regulations for safety of railway transport infrastructure"	Ukrtransbezpeka
Pyrotechnic products	Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated August 3, 2011 № 839 "On approval of the Technical Regulation of pyrotechnic articles"	the State Emergency Service of Ukraine
Elevators and safety components for lifts	Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated June 21, 2017 № 438 "On approval of the Technical regulations for elevators and safety components for elevators"	the State Labor Service of Ukraine
Equipment used outdoors	Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated December 4, 2019 № 1186 "On approval of the Technical regulations for noise radiation into the environment from equipment used outdoors"	the State Labor Service of Ukraine
Medical devices and accessories	Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated October 2, 2013 № 753 "On approval of Technical regulation on medical products"	State Service of Ukraine on Medicines and Drugs Control
Motor gasoline, diesel, ship and boiler fuels	Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated August 1, 2013 № 927 "On approving Technical Regulations on the requirements to motor petrol, diesel, marine and boiler fuel"	State Environmental Inspectorate Ukraine

According to Article 4 of the Law of Ukraine "On State Market Surveillance and Control of Non-Food Products" the purpose of market surveillance is to take restrictive (corrective) measures with appropriate information to the public about products that when used for its intended purpose or under reasonable conditions and with proper establishment and technical service poses a threat to the public interest or otherwise does not meet the established requirements.

Market surveillance measures are:

1) verification of product characteristics, including sampling of products and their examination (testing);

2) restrictive (corrective) measures, including:

a) restrictions on the supply of products on the market;

b) a ban on the supply of products on the market;

c) withdrawal of products from circulation;

d) product recall;

3) control of the state of execution of decisions on taking restrictive (corrective) measures;

4) warning by market surveillance authorities of consumers (users) about the danger identified by these bodies, which is the product.

Market surveillance measures are applied to products that:

1) provided on the market, including in respect of units or batches of put into circulation products stored in the warehouses of manufacturers (importers);

2) presented at the place of the fair, exhibition, display or demonstration of products in another way;

3) is under customs control in case of suspension of its customs clearance based on the results of product control.

During the inspections of product characteristics, documents are checked, if necessary – inspection of product samples, based on the results of which a decision is made on the selection and examination (testing) of product samples, which is stated in the act;

When conducting product performance inspections, market surveillance authorities shall take into account the degree of risk that the product may pose, as well as information contained in consumer (user) appeals to protect their right to product safety, and other product information.

Market surveillance authorities conduct scheduled and unscheduled inspections of product characteristics. Scheduled inspections of product characteristics are carried out at distributors of these products, and unscheduled – at distributors and manufacturers of these products. The subject of these inspections is the characteristics of products of a certain type, category and / or group. Checks of product characteristics are carried out on the basis of orders of market surveillance authorities and directions for inspections, issued and executed according to the law. In the case of receiving information about the provision of products on the market that pose a serious risk, the relevant orders and referrals are issued and executed immediately.

Checks of product characteristics are carried out:

1) in trade and warehouse premises of business entities;

2) in places of commissioning of products (if the conformity of products to certain established requirements can be determined only during its commissioning);

3) at the venue of the fair, exhibition, display or demonstration of products in another way;

4) in places of storage under customs control of products, the customs clearance of which is suspended as a result of product control;

5) at the location of the market surveillance authority.

During the verification of product characteristics, the following documents (their copies) and information are subject to verification:

1) declaration of conformity;

2) accompanying documentation attached to the relevant products (including instructions for use of products);

3) a general description of the products, as well as the full composition of the technical documentation for the relevant products, provided by the technical regulations;

4) documents on the quality system or quality management system;

5) conclusions of examinations and test reports of samples of relevant products taken within the framework of market supervision and control of products;

6) documents that allow tracking the origin of the product and its subsequent circulation (accompanying documentation or contracts).

The period of verification of product characteristics may not exceed four working days for the distributor of these products, and for the

manufacturer of these products – five working days. In the case of examination (testing) of product samples taken during the inspection, for the duration of the inspection of product characteristics is suspended until the market surveillance authority receives the results of the examination (test).

Market surveillance authorities have the right to request designated conformity assessment bodies and recognized independent organizations to provide information on the issuance and refusal to issue compliance documents, impose restrictions on them, suspend and cancel them, and in cases specified in technical regulations, as well as other information related to the conformity assessment procedures of the technical regulations, the application of them involved the relevant designated bodies and recognized independent organizations. Designated conformity assessment bodies and recognized independent organizations shall provide information on these requests within ten days of receipt of the request.

If inspections of product characteristics reveal signs of product counterfeiting, infringement of intellectual property rights or other offenses, the prosecution of which is not within the competence of market surveillance authorities, market surveillance authorities shall provide this information to the relevant authorized state bodies.

The person who put the product into circulation is subject to administrative and economic sanctions in the form of a fine in the case of:

1) the introduction into circulation of products that pose a serious risk – in the amount of six thousand non-taxable minimum incomes, and for repeated within a period of one year to three years of the same violation, for which the person has already been fined – in the amount twenty thousand non-taxable minimum incomes;

2) introduction into circulation of products that do not meet the established requirements (except as provided by law) – in the amount of three thousand non-taxable minimum incomes, and for repeated within a period of one year to three years of the same violation for which a person a fine of six thousand non-taxable minimum incomes has already been imposed.

The distributor is subject to administrative and economic sanctions in the form of a fine in case of non-compliance with the storage conditions of the products he distributes, if as a result the products have become dangerous and / or do not meet the established requirements, in the amount

of two thousand non-taxable minimum incomes. within three years of committing the same violation, for which the business entity has already been fined – in the amount of four thousand non-taxable minimum incomes.

The amounts of fines imposed by market surveillance authorities are credited to the State Budget of Ukraine. Officials of market surveillance authorities who have detected violations shall draw up a report on the commission of violations on the basis of documents containing information on the origin of products and their circulation. The protocol is drawn up in two copies, which are signed by officials of the market surveillance authority and an individual, including a physical person (an entrepreneur), or the head of a legal entity or an authorized person. In case of refusal to sign the protocol, the official of the market surveillance authority shall make a corresponding entry in this protocol. The decision is sent to the business entity no later than the next business day after the day of its execution. The business entity must pay the fine within fifteen days from the date of receipt of the decision to impose it.

4.4. Concepts and types of metrological supervision

According to Article 20 of the Law of Ukraine "On Metrology and Metrological Activity" metrological supervision is an activity carried out in the field of legally regulated metrology in order to verify compliance with business requirements of this Law, technical regulations and other regulations in the field of metrology and metrological activities.

Types of metrological supervision are:

– state market supervision over the compliance of legally regulated measuring instruments with the requirements of technical regulations;

– metrological supervision of legally regulated measuring instruments in operation;

– metrological supervision over the quantity of packaged goods in packages.

State inspectors for metrological supervision, who are authorized officials of the central executive body that implements the state policy in the field of metrological supervision (hereinafter – state inspectors), in the performance of their duties have the right to:

– according to the requirements of the legislation and subject to the presentation of an official certificate to visit business entities in compliance with the established procedure and mode of operation;

– with the consent of the audited business entities, use their technical means during the inspection and involve their employees in the inspections;

– receive the necessary information and materials on metrological activities;

– draw up protocols on administrative offenses in the field of metrology and metrological activities;

– to issue instructions on elimination of violation of metrological requirements;

– make proposals for the transfer to law enforcement agencies of materials on violations of metrological requirements.

According to Article 23 of the Law of Ukraine "On Metrology and Metrological Activities" metrological supervision of the number of packaged goods in packages are ready-made packages of any kind during packaging and sale of goods in cases where the content of these packages cannot be changed without opening or deforming, and the number the product is specified in units of mass, volume or other physical quantity. The packaged goods must indicate the nominal quantity of goods in units of mass, volume or other physical quantity, unless otherwise provided by regulations.

Metrological requirements for prepackaged goods, including requirements for deviations of the number of packaged goods in packages from the nominal value, are established by technical regulations or other regulations, in particular the order of the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine dated July 5, 2017 № 969 "On establishing metrological requirements for prepackaged goods".

Metrological requirements established by paragraph 1 of this order do not apply to packaged units manufactured according to the Technical Regulations for certain goods packed by weight and volume in finished packaging, approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine dated December 16, 2015 № 1193, for conditions for affixing the mark of conformity of the packaged unit and the Technical Regulations for bottles used as measuring containers, approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine dated August 19, 2015 № 607, subject to affixing the mark of conformity of the measuring bottle.

Metrological supervision over the quantity of packaged goods in packages is carried out by conducting inspections according to the Law of Ukraine "About the Basic Principles of State Supervision (Control) in the Sphere of Economic Activity".

Discussion Questions: Self-Control

1. State the basic principles of state control (supervision).
2. When is it possible to resume production (manufacture) or sale of products, performance of works, provision of services by business entities after suspension?
3. What rights does the business entity have during the state supervision (control)?
4. What are the responsibilities of the business entity during state supervision (control)?
5. Identify the objects of state veterinary and sanitary control and supervision?
6. Name the basic rules of filling, storage, write-off of veterinary documents and requirements for their accounting.
7. Define the rules of transit of goods.
8. Comment on the powers of market surveillance authorities.
9. State the types of metrological supervision.

TOPIC 5
LEGAL REGULATION OF WHOLESALE TRADE

5.1. The concept, characteristics, functions of wholesale trade

Wholesale trade has always been the responsibility of finding and purchasing goods from a large number of manufacturers, followed by reselling them to retailers. The wholesaler delivers the products of labor to the market using warehouses. The latter, in fact, benefited from the storage and transportation of goods.

According to the Commercial Code of Ukraine, which defines the industry as a separate set of enterprises, characterized by common features of production and economic activity, wholesale trade can be defined as a subsector consisting of a set of enterprises whose main activity is wholesale and brokerage, and which is an important mechanism for trade between producers, industrial consumers and retailers.

After all, the economic essence of wholesale trade is to ensure the wholesale movement of goods from production to consumption, while harmonizing the volume and structure of goods to the needs of consumers.

Therefore, the characteristic features of wholesale trade include:

– is a sub-sector of the national economy;

– is a form of organization of the internal market;

– is an active participant in trade.

That is, wholesale trade has an active influence on production, guaranteeing it the effective sale of manufactured products, provided that the volume, structure and quality of products meet market requirements.

The content of wholesale trade is mediation between producers and consumers. In essence, it is a set of business processes of individual economic entities for the purchase and subsequent resale of goods in certain batches without making changes (except for those inherent in trade) to industrial consumers, retailers and other business entities, accompanied by the provision of wholesale trade services. The goods, at the same time, according to the legislation of Ukraine, can be any production if it is not withdrawn from a trade or is not limited in a turn. Commodity products are divided into two classes: consumer goods and industrial goods.

Based on the analysis, the essential characteristics of wholesale trade are:

1. A subject of wholesale trade activity may be any subject of entrepreneurial activity, the charter of which provides for the implementation of this type of activity.

2. The purchase of goods is carried out in certain batches not for personal consumption or processing, but for resale.

3. The subject of wholesale trade activities are consumer goods and goods for industrial and technical purposes, as well as services.

4. Buyers of goods and services of wholesale trade entities are retail trade entities that carry out subsequent resale to the population and other business entities that buy them for resale or industrial consumption.

5. The subjects of wholesale trade may be independent enterprises of the trade network, which acquire ownership of the goods and trade intermediaries that establish economic ties in the commodity market.

6. Changes in goods that occur in the process of wholesale trade are not material.

7. The main goal – the formation of profits by meeting the needs of their customers.

8. Achieving the main goal is based on building a set of business processes that form the value chain.

Based on the essence of wholesale trade, the purpose of its operation in the market economy of our country is to increase the intensity of trade flows, save costs and increase the efficiency of the entire system of goods movement, accumulation of financial resources, formation of goods and services.

To achieve this goal, wholesale trade must perform the following main tasks:

– high-quality, timely, in the necessary amount of provision of goods and services to customers according to the concluded agreements;

– implementation of marketing research and implementation of logistics in the field of wholesale;

– assistance in increasing the volume and improving the range of goods and services according to market demand and requirements;

– improvement and development of its material and technical base using the achievements of scientific and technological progress and best practices;

– increasing the efficiency of economic relations;

– improving the quality of customer service.

These tasks define the functions of wholesale trade.

Some scholars suggest distinguishing between the functions of wholesale trade traditional (classic), in other words, those carried out by it since its inception and separation in the field of trade, such as: the organization of wholesale sales, warehousing, storage, conversion of product range into trade, transportation, etc., and new functions that have emerged under the influence of market development and needs, in particular: information and research activities, the provision of marketing and advertising services, commercial lending and financing of transactions, the provision of consulting services.

Ph. Kotler identifies nine functions of wholesale trade: sales and incentives, procurement and formation of trade range, the division of large batches into small, warehousing, transportation, financing, risk-taking, market information, management services and consulting services.

In particular, the analysis of the functions of wholesale trade carried out by domestic scientists allowed at the level of the national economy to identify the following: social functions, which are to saturate the domestic consumer market with goods; economic functions that ensure the development and optimization of wholesale trade, price stabilization and achieving their compliance with the state of the supply; organizational functions, which consist in the formation of optimal channels of trade and logistics systems; technological functions that ensure the transformation of the product range into trade. At the level of an individual enterprise, researchers distinguish such functions as trade, research, production, service, logistics, communication, financial, risk-taking function.

There are also different classifications of wholesale trade functions, in particular on the basis of focus on certain components of the trade process, the composition and nature of services that accompany the implementation of wholesale trade functions, and so on. It is important to emphasize that the successful implementation of the functions of wholesale trade involves the definition of appropriate processes, specific types of work on the composition of operations to be performed by wholesalers in the market.

Therefore, wholesale activities can be carried out in three main organizational forms:

1) through wholesale divisions of manufacturers (when using direct sales channels);

2) through independent wholesale intermediaries;

3) through dependent wholesale intermediaries.

5.2. Legal status of wholesale trade participants

In the economic literature, wholesalers are classified on the basis of their product specialization. In the wholesale trade of consumer goods, there are usually four groups of enterprises: mixed, universal, specialized and highly specialized. In the range of mixed enterprises there are groups of food and non-food products, in the universal – most groups of food or non-food products, specialized – one or more product groups. Narrowly specialized enterprises, as a rule, sell one type of goods.

Wholesale trading is often equated with intermediary activity. After all, wholesale trade acts as an intermediary between producer and consumer.

The number of wholesale trade entities today is quite significant, and their activities are specific, especially in relation to the market in which the company operates. These are commodity exchanges, commodity auctions, auctions, wholesale food markets and fairs, which can be grouped into "organized commodity markets". The next group consists of independent wholesale resellers, namely wholesale merchants, dealers, distributors, leasing companies, assemblers, who acquire ownership of the goods and have the right to influence the price. Other intermediaries in the wholesale commodity market are brokerage offices, commission agents, consignors, agents, travel agents, who do not acquire ownership of the goods and act at the expense and on behalf of the client without being able to influence the price. Combined intermediaries include trading houses, commercial intermediaries. The main type of activity of trade intermediaries, the processes and operations performed for this purpose are determined depending on the place of intermediaries in the chain of trade.

The activities of wholesalers operating in the consumer goods market are aimed in particular at meeting the economic needs of producers and

traders by performing specific functions to accelerate the turnover of goods and increase the efficiency of the consumer market as a whole. At the same time, the activities of wholesale intermediaries in the market of industrial and technical products are aimed at providing various enterprises with the necessary types of resources, in order to effectively perform their production functions.

The subjects of wholesale trade here are various participants of the wholesale market, which necessitates their grouping on certain grounds.

Therefore, it is proposed to classify wholesale enterprises on such grounds as: main function, specialization of enterprises, area of activity, departmental affiliation, form of ownership, acquisition of ownership of the goods sold. The most important are the following types of wholesale enterprises: commercial intermediaries, wholesale bases, commodity exchanges, wholesale stores, trading houses, auctions, fairs, brokerage and dealer offices, salesmen, trade and industrial agents, leasing companies, production management of technological complete set.

The proposed classification is based on both previously identified, generally accepted features, and on the additionally proposed, revealing the economic and legal content of wholesale trade intermediation, namely: the type of trade and intermediary operations; change (transfer) of ownership of the goods; source of income generation; the nature of the rights to sell that have intermediaries in the wholesale of goods.

1. Depending on the form of ownership, the subjects of wholesale trade are distinguished:

– state ownership;

– collective form of ownership (corporate or unitary enterprises operating on the basis of collective ownership of the founders);

– private forms of ownership, acting on the basis of private property of citizens or business entities;

– mixed form of ownership (based on the combination of property of different forms of ownership).

2. According to the organizational and legal form, the subject of wholesale trade may be organized in the form of: joint-stock company, limited liability company, additional liability company, limited partnership, general partnership, public and private enterprise, business entity without signs of a legal entity.

3. By the area of activity there are wholesale intermediaries operating within: a separate city – urban; certain region (area) – regional; several oblasts – interregional; the market of a separate state – national; world market – transnational.

4. By type of activity there are the following types of wholesalers:

– wholesale (engaged exclusively in the wholesale of goods);

– wholesale and retail (combine wholesale and retail sales of goods);

– wholesale with own production (carry out wholesale sale having own production capacities concerning packing, packing of the goods, etc.);

– wholesale trade and service (except for wholesale, provide services for the sale of non-food products).

5. By functional purpose, the subjects of wholesale trade may be:

– with a full cycle of service (perform a significant number of functions and provide a wide range of services to their customers for storage, insurance, transportation of goods, the formation of the product range, etc.);

– with a limited service cycle (mainly limited to direct wholesale sales of goods through a network of stores-warehouses on the basis of self-service for cash).

6. By specialization, wholesale intermediaries can be:

– universal (carry out wholesale of goods on a significant list of assortment items);

– specialized (carry out wholesale of consumer goods of one or more product groups).

7. According to the criterion of the number of employees and the amount of gross income, the following categories of subjects of wholesale trade are distinguished:

– micro-entrepreneurial entities are natural persons registered in the manner prescribed by law as natural persons – entrepreneurs and legal entities of any organizational and legal form and form of ownership in which the average number of employees during the period (calendar year) does not exceed 10 people and annual income does not exceed the amount equivalent to 2 million euros, determined at the average annual rate of the National Bank of Ukraine;

– small business entities are individuals registered in the manner prescribed by law as individuals – entrepreneurs and legal entities of any organizational and legal form and form of ownership in which the average number of employees for the reporting period (calendar year) does not

exceed 50 people and the annual income does not exceed an amount equivalent to EUR 10 million, determined at the average annual exchange rate of the National Bank of Ukraine;

– large business entities are business entities of any organizational and legal form and form of ownership, in which the average number of employees for the reporting period (calendar year) exceeds 250 people and the annual income exceeds the amount equivalent to 50 million euros, determined at the average annual exchange rate of the National Bank of Ukraine. Other wholesalers are medium-sized businesses.

8. According to the change of ownership of the goods, the subjects of wholesale trade are distinguished, namely:

– with a complete change of the owner of the goods (intermediaries-dealers who buy consumer goods at their own expense and then sell them at their own discretion and risk);

– with a partial change of the owner of the goods (intermediaries-commissioners who accept consumer goods for wholesale sale, but do not acquire ownership rights to them);

– without changing the owner of the goods (intermediaries-agents who carry out wholesale sales of goods on samples, catalogs without the right to own and dispose of these goods).

9. By types of trade and intermediary operations can be divided into the following types of wholesalers:

– agents (representing the client's interests in the purchase or sale of goods on behalf and at the expense of the client);

– commission agents (represent the client's interests in the sale of goods on behalf of the intermediary, but the client's credit);

– dealers (on their own behalf and at their own expense purchase goods for resale);

– combined intermediaries (combine in their activities the implementation of several types of trade and intermediary operations).

10. According to the main source of income formation of wholesale trade entities are divided into:

– those who receive income at the expense of interest on the amount of the transaction (the main source of income is the commission paid by the client for the services provided);

– those who receive income by offsetting the difference between the sale price and the purchase price of the goods.

11. According to the form of organization of wholesale of goods, the following types of wholesalers are distinguished:

– those who sell goods with pre-selection in warehouses;

– those who sell goods on the basis of public auction;

– those who sell goods on samples, catalogs;

– those who sell goods using interactive methods (Internet-commerce);

– those that use different forms of wholesale.

12. According to the nature of the rights to sell, which have wholesale intermediaries, we can distinguish the following types:

– those who have a simple right to sell (such wholesalers sell the goods of the manufacturer (customer), competing in the contract area with other intermediaries to which the customer has applied or even with his customer);

– those who have the exclusive right to sell (such wholesalers have the exclusive, sole right to sell the goods of the manufacturer (customer) in the contract area);

– those who have the exclusive right to sell.

Therefore, it is advisable to detail and specify the functions of wholesale trade in relation to producers – suppliers of goods and buyers of goods, which are industrial consumers, wholesalers, wholesale food markets, retailers and other businesses.

There are the following functions of wholesale trade in relation to suppliers of goods:

– concentration of commercial activity;

– support for the transfer of ownership of goods;

– investment support of trade;

– minimization of commercial risk;

– marketing services.

Regarding wholesale buyers (retail companies, entrepreneurs, etc.) there are the following functions:

– assessment of needs and demand;

– transformation of the product range into trade;

– accumulation and storage of inventories;

– goods delivery;

– lending to retail businesses;

– information and consulting services.

5.3. Regulatory and legal support in the field of wholesale trade

Wholesale trade became the subject of activity of enterprises in the form of business associations, natural persons – entrepreneurs and continued its existence in new conditions. These changes were embodied in regulations that established the procedure for conducting trade activities and rules of trade services. The next step in the regulation of wholesale trade was the adoption of the Commercial and Civil Codes of Ukraine, laws of Ukraine, decrees, orders and more.

Consider some of them, in particular the Law of Ukraine "On Wholesale Markets of Agricultural Products", which defines the legal basis for the organization of wholesale markets for agricultural products in Ukraine, regulation of relations in this area, that aims to protect the rights and legitimate interests of agricultural producers' manufacture.

Also, the main activities of wholesale markets for agricultural products are:

– creation of appropriate conditions for operators of wholesale markets of agricultural products for purchase and sale of agricultural products;

– promoting the accelerated promotion of agricultural products from producer to final consumer in the retail chain;

– providing opportunities to enter the agricultural market

– products to all suppliers and consumers of such products, determining the necessary list of agricultural products, which should include the vast majority of the total range of products, reducing losses of agricultural products;

– ensuring the supply of quality agricultural products to the population;

– arrangement of a single place of purchase and sale of agricultural products;

– ensuring the concentration of agricultural products in a certain place;

– assistance to domestic producers of agricultural products in making a profit from the sale of agricultural products;

– providing reliable information to operators of wholesale markets for agricultural products on the market situation of agricultural products and consumer quality of these products;

– assistance to operators of wholesale markets of agricultural products in preparation of the latter for purchase and sale;

– ensuring the implementation of veterinary and sanitary control and supervision according to the Rules for the implementation of veterinary and sanitary control and supervision for wholesale markets for agricultural products, approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine.

The law also gave wholesale markets for agricultural products a separate status, giving them priority and special incentives and state support and benefits in the allocation and receipt of land, tax benefits and more.

Article 7 of the Law of Ukraine "About the Wholesale Markets of Agricultural Products" clearly outlines the scope of services provided by wholesale markets for the organization of wholesale trade in products. Among the important ones are: providing sellers with specially equipped workplaces for the preparation and formation of batches of agricultural products for sale; documentation of purchase and sale of agricultural products; organization of auctions; warehousing, storage, shipment and delivery of consignments of agricultural products in accordance with the de facto; quality control of agricultural products; providing wholesale market participants with reliable information on market conditions; generalization and dissemination of reliable information on the supply and demand of agricultural products, price levels, etc.

According to Article 10 of the Law of Ukraine "About the Wholesale Markets of Agricultural Products", the state policy to support the development of wholesale markets for agricultural products is carried out by: promoting the establishment, legislative support of their activities; organization of activity and effective functioning of wholesale markets; providing state financial support during their formation; financial participation of the state in the creation of wholesale markets and infrastructure necessary for their functioning; creation and maintenance of the information support system; full or partial reimbursement to domestic producers of costly storage and warehousing of agricultural products within the infrastructure of wholesale markets during the period of their formation at the expense of the State budget; application of financial assistance and support mechanisms to wholesale markets; providing land markets to wholesale markets; promoting cooperation between agricultural producers and the creation of cooperative wholesale markets for agricultural products.

Equally important is the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "About the Wholesale Food Markets", which defines the main directions aimed at forming a system of wholesale food markets and their infrastructure, intensification of relations between producers and buyers of agricultural products and processed products. It is noted that the main purpose of creating wholesale food markets is the formation of an effective market mechanism for the sale of agricultural products and products of its processing by producers of all forms of ownership; making a positive impact on product quality, the level of its final price and meeting consumer needs, promoting competition in the consumer market. The choice of organizational and legal form of wholesale food markets is made within the framework of legislation on forms of management. The most expedient organizational and legal form is open joint-stock companies, the shareholders of which may be production, processing, procurement, trade, service, other legal entities and individuals. Funds from the state and local budgets, private, including foreign investors, and companies may be involved in the formation of the statutory fund.

The Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of the Procedure for conducting trade activities and rules of trade services in the consumer goods market" specifies the procedure and rules, determines the general conditions of trade activities by wholesalers, retailers, restaurants, basic requirements for trade network, restaurants network and trade services for consumers (buyers) who purchase goods from enterprises, institutions and organizations, regardless of organizational and legal form and form of ownership, individuals – entrepreneurs and foreign legal entities engaged in business activities in Ukraine (hereinafter – sub objects of management).

Also, the order of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine "On approval of the Regulations on the commission for granting a legal entity the status of a wholesale market of agricultural products of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine" determines the organization and activities of the commission for granting a legal entity the status of a wholesale market. Agricultural Policy and Food of Ukraine (hereinafter – the Commission). The Commission is a permanent advisory body established under the Ministry of Agrarian Policy, as well as the main tasks and organization of the Commission.

In addition to the above regulations, the activity of wholesale trade is regulated by the Laws of Ukraine: "On Protection against Unfair Competition", "On State Registration of Legal Entities, Individuals – Entrepreneurs and Public Associations", "On Business Associations", "On Standardization", "On limited and additional liability companies", "On licensing of economic activities", "On the quality and safety of products and food raw materials" and others.

At present, the legal regulation of activities in the field of wholesale trade is carried out by a large number of different levels of regulations of domestic and international nature.

5.4. Economic and contractual relations in the field of wholesale trade

All economic relations of trade entities can be divided according to many classification criteria.

1. The structure of economic relations can be:

– connections with a simple structure (manufacturer [supplier] – retail buyer [consumer]); links with a complex structure (manufacturer [supplier] – intermediary [intermediaries] – retail buyer [consumer]).

Intermediaries in such relationships can be large and small wholesale companies or organizations, distributors, dealers, brokers and other wholesale market participants. If the number of intermediaries is large, the effectiveness of such communication is reduced. A large number of intermediary links reduces the impact of trade on production, contributes to the rise in price of the process of promotion, slowing down the turnover of goods. In the practice of relationships, commercial enterprises use links with a complex structure only for goods of complex range. The inconvenient complexity of the structure of economic relations contributes to the overall decline in the efficiency of the trading system as a whole.

2. According to the number of participants, economic relations may be:

– direct (not more than two participants);

– indirect (three or more participants).

3. By the nature of economic relations may be:

– economic;

– socially oriented;

– combined.

4. According to the level of independence from external influences, economic relations are:

– dependent – the relationship of counterparties is fully or partially influenced (the influence of the state, the higher governing body);

– independent – the relationship is established through the free will of potential participants in economic relations.

5. In terms of validity, all economic relations can be divided into:

– conditionally constant;

– operational (one-time). As a rule, conditionally permanent relations last between counterparties for more than a year. Operational economic relations are characterized by short-term relations of the parties (one-time deliveries of goods, agreements for a period not exceeding one year).

6. On the basis of belonging of participants to the system of economic relations are:

– intersystem;

– intrasystem. In intersystem economic relations in the relationship involved counterparties belonging to different economic systems. An example of these connections can be the economic connection of the wholesale base of the system of consumer cooperation with production enterprises and agricultural enterprises. Intra-system economic relations arise between participants belonging to one system. Examples are economic relations between enterprises and organizations of consumer cooperation, trade networks, enterprises of non-trade ministries and departments, and so on.

7. According to the procedure of concluding economic ties are divided into ties, which are concluded on the basis of:

– procedures for signing an agreement, contract or agreement on paper;

– procedures for "tacit agreement" of the counterparty with the supplier’s offer;

– procedures for exchanging information between contractors by technical means (telephone – telephone messages; computer – e-mails, video messages; smartphone – SMS, MMS, etc.).

Trade, production, intermediary and other enterprises engaged in commercial activities, conclude in the course of their work contracts and

agreements (agreements), which differ in various parameters. Various classification schemes and features are used to organize them.

Contracts concluded by trade enterprises have their own classification.

1. According to the subject of the contract, contracts are divided into:

– commodity agreements;

– service contracts.

2. According to the content of the contract, contracts can be of the following types:

– contracts of sale of goods. They record the obligations of the seller and the buyer, respectively, to deliver and accept the goods, paying for it;

– contracts for the supply of goods. In such contracts, the seller undertakes to manufacture and systematically supply and transfer ownership (full economic management) to the buyer of a particular product, and the buyer undertakes to accept this product and timely pay for it under the terms of the contract. Data on the range of goods supplied are entered directly into the contract (provided that the range is not wide), or in a document called the specification. In the process of concluding a supply contract, there may be discrepancies in certain items of the draft contract, which are formalized in the protocols of discrepancies. The protocol of disagreements is drawn up by one of the parties in the event that the terms of the draft agreement for some reason do not satisfy the other party, and is attached to the draft agreement. It records the clause of the contract from which the disagreement arose, in the wording of the supplier and the wording of the buyer. It is signed by the party that drew it up and sent together with the signed contract to the other party for signing. In the signed supply contract the record "With the protocol of discrepancies" is made.

– contracting agreements. Under the contract, the producer of agricultural products undertakes to produce the agricultural products specified in the contract and transfer them to the procurer (contractor) or the recipient specified by him, and the procurer undertakes to accept these products and pay for them at fixed prices according to the contract;

– mine agreements (barter). The contract is a classic barter agreement. The interest of the parties in concluding a contract of exchange is to obtain without attracting funds (or attracting them in the minimum amount) a property, subject to exchange for their property (goods), in which the other party to the agreement (counterparty);

– commission agreements. The peculiarity of such agreements is that they involve three parties: the commission agent – sells the goods on behalf of the principal; principal – the owner of the goods, who rents them for sale (on commission) to the commission agent; buyer – buys goods from a commission agent;

– consignment agreements. Under such an agreement, the counterparties carry out consignment transactions. Consignment operation is a business transaction of a business entity (consignor), which involves the export of tangible assets to another business entity (consignor) with an instruction to sell these tangible assets on a commission basis;

– power of attorney agreements. The subject of the power of attorney agreement, as a rule, is formulated as follows:

3. According to the structure of economic relations, there are contracts that regulate the relationship between: supplier and buyer (simple structure); supplier, intermediaries and buyer (complex structure).

4. The term of contracts regulates economic relations, which are established for: long-term (5 or more years); short-term terms (1–3 years); once or a certain season.

5. According to the number of participants, there are contracts that regulate the relationship of two counterparties (direct contracts) and three or more (indirect contracts).

6. According to the organizational form of conclusion, there are contracts concluded at fairs, out of fairs, on exchanges and by electronic means of communication (computer, telephone, etc.).

Thus, when purchasing goods of complex range (fabrics, garments, knitwear, hosiery, shoes, haberdashery, perfumes, cult goods, etc.), commercial enterprises use, as a rule, indirect economic relations (connections with complex structure).

These connections are formed under the influence of various factors and depend, first of all, on the needs of retail trade enterprises in a wide range of goods, which are satisfied by intermediaries through the sorting of goods (transformation of a narrow production range into a wide range). A simple range of goods (bakery products, beer, soft drinks, flour, cereals, wine and vodka, dairy products, vegetables, fruits, etc.) are supplied to the trade system through economic relations, in which no more are involved. two participants – direct (connections with a simple structure). Complex goods can also be supplied under the scheme of simple economic

communication in the case when the supplier is a manufacturing enterprise, and the buyer is a wholesale trading company that buys goods for resale in the retail trade network.

Thus, direct economic relations are established between two business entities, one of which is a producer (supplier) and the other – a consumer (buyer) on the basis of direct contractual contacts between the participants, without the involvement of intermediate links.

Sales and supply contracts are one of the most common types of contracts used in business. Wholesale trade is carried out on the basis of a supply contract.

According to Article 180 of the Commercial Code of Ukraine, which specifies the essential terms of the commercial contract. When concluding a business agreement, the parties are obliged in any case to agree on the subject, price and term of the agreement.

Article 265 of the Commercial Code of Ukraine defines the features of the supply contract. Under the supply contract, one party – the supplier undertakes to transfer (deliver) in due time (term) to the other party – the buyer goods (goods), and the buyer undertakes to accept the specified goods (goods) and pay for it a certain amount of money. The supply contract is concluded at the discretion of the parties or in accordance with the state order. The parties to the supply contract may be business entities. The parties have the right to use known international customs, recommendations, rules of international bodies and organizations to determine the terms of supply contracts, unless prohibited directly or exclusively by this Code or the laws of Ukraine. Delivery of goods without concluding a supply contract may be carried out only in cases and in the manner prescribed by law.

The subject of delivery are products, products with the name specified in standards, technical conditions, documentation to samples (standards), price lists or commodity reference books defined by generic features. The subject of delivery can also be products, products defined by individual characteristics. The total quantity of goods to be delivered, their partial ratio (range, assortment, nomenclature) by varieties, groups, subgroups, types, brands, types, sizes are determined by the specification by agreement of the parties, unless otherwise provided by law.

The supply contract may be concluded for one year, for a period of more than one year (long-term contract) or for another period determined

by agreement of the parties. If the term of its validity is not specified in the contract, it is considered concluded for one year. Terms of delivery are set by the parties in the contract taking into account the need for rhythmic and uninterrupted supply of goods to consumers, unless otherwise provided by law. If the long-term contract specifies the quantity of delivery only for a year or less, the contract must provide for the procedure for the parties to agree on delivery dates for subsequent periods before the expiration of the contract. If such a procedure is not provided, the contract is considered concluded for one year. If the parties provide for the supply of goods in separate batches, the term (period) of delivery of products for industrial and technical purposes is usually a quarter, and consumer goods, as a rule, – a month. The parties may also agree in the contract on the delivery schedule (month, decade, day, etc.). The supply contract with the consent of the parties may provide for the procedure of shipment of goods by any mode of transport, as well as the selection of goods by the buyer. The contract may provide for the shipment of goods by a shipper (manufacturer) who is not a supplier, and the receipt of goods by a consignee who is not a buyer, as well as payment for goods by a payer who is not a buyer. The contract may provide for the order of delivery of the quantity of goods not received by the buyer in due time.

In particular, Article 268 of the Commercial Code of Ukraine indicates the quality of goods supplied. They must comply with standards, technical conditions, other technical documentation that sets requirements for their quality, or samples (standards), if the parties do not specify in the contract higher requirements for the quality of goods. Numbers and indices of standards, technical conditions or other documentation on the quality of goods are specified in the contract. If the specified documentation is not published in public publications, its copies must be attached by the supplier to a copy of the buyer's contract at his request.

In the absence of conditions in the contract for the quality of goods, the latter is determined according to the purpose of the contract or to the usual level of quality for the subject of the contract or general quality criteria.

Thus, wholesale trade is the link that not only organizes but also accelerates the movement of goods, significantly affects production and intersectoral exchange and stimulates consumption.

Discussion Questions: Self-Control

1. Describe the role and place of wholesale trade in the economy.
2. Define the concept of "wholesale trade".
3. State the main functions of wholesale trade.
4. Indicate the characteristics of wholesale trade.
5. Who are the participants in the wholesale trade?
6. State the tasks and functions of wholesale food markets.
7. Specify the legal framework in the field of wholesale trade.
8. What are the agreements in the field of wholesale trade?
9. Indicate the characteristics of wholesale food markets.
10. Who has the right to carry out intermediary activities in the field of wholesale trade?

TOPIC 6
RETAIL INDUSTRY TRADE REGULATION

6.1. Concepts, signals and functions of retail trade

The current legislation of Ukraine has not yet clearly formed the essence of the concept of "retailing", which translated from English. means "retail". The concept originates from the ancient French word "retailer", which translates as "part of something", "cut something into pieces")[162], and recently retail, for example the process of distributing the supply according to consumer needs, began to be called retailing».

Thus, according to paragraph 4.4 of the State Standard of Ukraine 4303: 2004. "Retail and wholesale. Terms and definitions ", retail trade is a type of economic activity in the field of trade, which includes the purchase and sale of goods to the final consumer and the provision of trade services.

According to the Statistical Classification of Economic Activities (NACE-2010), retail trade includes the sale (sale or processing) of new or used goods for personal consumption or domestic use, mainly to the population.

Thus, according to paragraph 4.4 of the State Standard of Ukraine DSTU 4303: 2004. "Retail and wholesale. Terms and definitions ", retail trade is a type of economic activity in the field of trade, which includes the purchase and sale of goods to the final consumer and the provision of trade services[163].

According to the Statistical Classification of Economic Activities (NACE-2010), retail trade includes the sale (sale or processing) of new or used goods for personal consumption or domestic use, mainly to the population.

According to the Statistical Classification of Economic Activities (NACE), "Trade" includes 115 classes, for example types and varieties of trade, with retail trade covering 45 classes, almost 10 classes – trade in services and intermediation in trade.

---

[162] Apopii V. V., Mishchuk I. P., Rebytskyi V. M. etc. Trade organization. Textbook. The 3rd edition. Kyiv: Center for Educational Literature, 2009. P. 28.

[163] National Standard DSTU 4303:2004. URL: http://profiwins.com.ua/ru/directories1/dstu4303.html

In turn, the Law of Ukraine "On the State Regulation of Production and Circulation of Ethyl Alcohol, Cognac and Fruit Alcohols, Alcoholic Beverages and Tobacco Products"[164] by retail means the sale of goods directly to citizens and other end users for their personal non-commercial use, regardless of the form of payment, in including bottling in restaurants, cafes, bars and other catering establishments.

The norms of the Civil Code of Ukraine[165] stipulate that the subjects of trade relations have certain obligations to each other: the seller, who carries out business activities for the sale of goods, undertakes to transfer to the buyer goods normally intended for personal, domestic or other use. related to business activities, and the buyer agrees to accept the goods and pay for it.

Retail trade means business activities for the sale of goods and services on the basis of an oral or written contract of sale directly to citizens and other end users for their personal non-commercial use, regardless of the form of payment[166]. In the process of trade, retail solves a threefold task: to meet the changing and growing needs of the final consumer in goods and services, to ensure the profit of the business entity, and for the state – the receipt of taxes, fees and other mandatory payments to the budget at various levels. From conducting these activities.

The main advantage of retail is the timeliness and completeness of payments for the goods. In the process of its implementation, the moment of receiving cash coincides with the moment of release of goods[167].

Signs of retail trade:

1) a separate area of commercial relations;

---

[164] About state regulation of production and turnover of alcohol ethyl, cognac and fruit, alcoholic beverages of tobacco products: Law of Ukraine dated 19.12.1995 № 481/95-VR // "Legislation of Ukraine" / VR of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/481/95-вр#Text

[165] Civil Code of Ukraine: Law of Ukraine dated 16.01.2003 № 435-IV // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text

[166] Mykhalitska N. Ia., Tsvaih Kh. I. Trends in the development of trade entrepreneurship in Ukraine. Bulletin of Donetsk National University. Economics and law. 2015. № 1. P. 248–253.

[167] Burak I. O. Conceptual approaches to defining the nature and types of trade activities. A young scientist. 2016. № 3 (30). P. 26–30.

2) the logistical component of bringing products from production to consumption;

3) the final stage of trade and circulation of funds;

4) a means of providing the population with a wide range of available consumer goods and services for non-commercial use;

5) strategic reference point for the development of the procurement and production sector;

6) the criterion of coordination of purchasing power of the population and production capacity of enterprises.

Retail trade is the final phase of trade, through which goods are transferred to the consumer in exchange for money to meet its needs.

Retail trade is an integral part of domestic trade. On the one hand, a form of economic and commercial activities carried out by business entities, and on the other hand, a form of organization of the commodity market.

Retail trade can be by: goods or services.

The legal nature of retail trade is revealed not so much in the product of its manufacture, as in the set of its inherent functions.

The "function" (from the Latin function) means "execution", "implementation".

Retail performs the following main functions:

1. Sorting of goods. Retail is involved in the sorting process, gathering a range of goods from a large number of suppliers and offering them for sale.

2. Informing consumers through advertising, shop windows and signs, as well as staff; other participants in the sales channel are assisted in marketing research.

3. Product placements. Retail stores goods, sets the price for them, places them in trade premises and carries out other operations with goods.

4. Payment for goods. Usually products are paid to suppliers before they are sold to end users.

5. Completion of the purchase and sale operation. At the same time use the appropriate location of stores and their opening hours, credit policy and the provision of various additional services[168].

[168] Klochkova O. Retail network: regional development factors. Thesis abstract. Speciality 08.00.04. Kharkiv, 2011. P. 16.

6.2. Legal status of retail participants

The central place in retail trade is occupied by participants. Thus, the subject of trade is a participant in the trade process (buyer, seller, intermediary). They can be an individual, a family, an entrepreneur, an enterprise, a firm, a company, a state, an international trade organization, and others. The experience of economically developed countries shows that the main role in the development of trade belongs to specific participants in trade relations, and the state is designed to outline the scope of their business activity, stimulating and restraining it depending on existing economic priorities. Therefore, it is necessary to distinguish: 1) subjects of conducting business activity and 2) subjects of the organization of trade service. If the former organize and carry out trade activities, in other words, provide the process of bringing goods from producer to consumer, the latter – create conditions for the functioning and development of trade, in other words, control it.

An economic entity conducts trade activities after its state registration according to the Law of Ukraine "On State Registration of Legal Entities, Individual Entrepreneurs and Public Organizations"[169], and in cases provided by the Law of Ukraine "On Licensing Certain Types of Economic Activity"[170], if licensed.

Thus, the following two types of business entities can operate:

– natural persons – citizens of Ukraine, foreigners and stateless persons, endowed with full legal capacity and legal capacity, and who carry out trade activities and are registered according to the law as entrepreneurs. They can be registered as entrepreneurs with the creation of a legal entity and without the creation of a legal entity. More often in practice the last variant takes place;

– legal entities – enterprises, organizations engaged in trade activities and registered in the manner prescribed by the Civil Code of Ukraine and the Central Committee of Ukraine.

---

[169] About state registration of legal entities, physical persons entrepreneurs and public forming: the Law of Ukraine dated 15.05.2003 № 755-IV // "Legislation of Ukraine" / VR of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text

[170] On licensing of economic activities: Law of Ukraine dated 02.03.2015 № 222-VIII // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text

In order for a legal entity to have the right to carry out retail trade, this type of activity must be provided for in its constituent documents (statute). If a business entity – an individual – plans to engage in retail trade, the statute is not required for its state registration.

As the trade sphere of Ukraine is still characterized by such a phenomenon as spontaneous trade, the subjects of trade "drop out" retirees, the disabled and other individuals engaged in trade near roads, at stops, in vehicles carrying passengers, without registration in the prescribed manner.

Retail trade includes the sale of goods to the public for personal consumption, organizations, enterprises for collective consumption or economic needs. The goods are sold mainly through retailers. At the same time, consumer goods are sold from warehouses of manufacturers, sellers, intermediary organizations, branded stores, procurement points, workshops, studios, etc.

An economic entity may conduct: 1) retail, 2) retail trade network for retail trade activities.

As for the general division of types of retail trade, which is reduced to three main components, namely: the market (bazaar), chain stores and retail stores.

Bazaar (or local market) – common name for a trading place where there are a large number of sellers and buyers, usually in the open air; specially allotted place in settlements with light constructions for demonstration (display) of goods. The bazaar is a business entity created by the decision of a local authority. Trade in the market is carried out by both individuals and legal entities of various forms of ownership. Within the market, specialized zones should be allocated, in which tables-counters are equipped, behind which trade places are established. The counters are placed and equipped in accordance with sanitary and fire regulations. Retail outlets may have a different architecture – in the form of a tray (seller and buyer communicate through a window in a transparent window).

Depending on the products, the following types of bazaar can be distinguished: 1) food market, where food is sold; 2) clothes market on which non-food products are sold (clothing and footwear, household chemicals, interior details, furniture, household appliances, household items, etc.); 3) combined market, which sells both food and non-food products (depending on the area of placement in the general market).

The target audience of the bazaar is residents of this settlement (or district of the city) and visitors of all ages with an income level from below to above average. The reason for buying goods on the market can be: convenient location of the market; compared to stores, lower prices for products; a wider range of certain groups of goods (for example, vegetables, fruits, dried fruits) compared to stores; stereotype of "freshness of products"; opportunity to bargain with sellers; trust in existing sellers in the market (especially if they sell their own home products)[171].

According to paragraph 7 of the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "The order of carrying out trade activity and rules of trade service in the market of consumer goods" trade objects in the sphere of retail trade are:

1) a store that can be:

1.1) by product specialization: food; not food; mixed;

1.2) by product range: universal; specialized; highly specialized; combined; non-specialized;

1.3) by the method of sale of goods: with individual service; self-service; trade in samples; trade to order;

In the simplest case, retail stores are divided into such formats as: hypermarket, supermarket, home store, mini market.

Hypermarkets are the largest type of retail chains, which is a dynamic segment of retail trade, which is usually located in places far from the population, outside the city ("Fozzy", "Auchan", "Caravan", "Mega-Market", etc.).

Supermarket attracts customers with a wide range, the presence of its own production of bakery and culinary products, the availability of parking spaces and the production of products under its own brands ("Silpo", "Big Pocket", "Glove", "Buffet", "Eco-market", "Novus", "Billa", "Our Land", "Varus")[172].

[171] Zadykhailo D. V., Pashkov V. M., Boichuk R. P. Business law: a textbook. Kharkiv: Pravo, 2012. 696 p.

[172] Lysa S. S. Classification of formats and features of development of retail trade of Ukraine. V. O. Sukhomlinskiy National University of Mykolaiv. 2017. Issue 15. P. 254–258.

Shop near the house. A small grocery store with a retail space of less than 400 m2 is usually similar in assortment to supermarkets, but in this format there is also service across the counter ("Handicap", "Quarter", "Glove", etc.).

Minimarket – a self-service store with retail space up to 200 square meters with a range of food products at least 500 assortment items.

2) pavilion – a trade object in retail trade, intended for the organization of sale of goods to end consumers, located in a separate building of lightweight construction and has a trading hall for buyers;

3) kiosk, slaughterhouse – a commercial facility for organizing the retail sale of goods, which has a permanent spatial space, occupies a separate closed non-capital type building for one workplace without a trading hall for buyers and additional space for stock of goods;

4) tent – a commercial object of collapsible construction for organizing the retail sale of goods, without a trading hall for buyers, for one or more jobs with a stock of goods for one day of trade;

5) tray, stall – a commercial object for organizing the retail sale of goods of limited range with the use for their teaching of an open device of folding and collapsible construction, easily moved from place to place;

6) commodity warehouse. The legal literature draws attention to the fact that, since the warehouses are used in different areas (supply, production, distribution of products), they have not only a certain specialization, but accordingly a different functional purpose;

7) shop-warehouse.

Scientific and technological progress and related economic development have led to significant changes in retail trade and highlighted the need to create and develop new automated systems – vending machines (vending)[173].

Vending – to trade (through vending machines) is the sale of goods and services through automated systems (vending machines) (for example, vending machines for hot drinks, food, milk, water, photo and other services, etc.).

[173] Mykytenko L. Vending: questions of theory and practice. Enterprise, economy and law. 2019. № 6. P. 89–93.

6.3. Regulatory and legal support in the field of retail trade

Legal regulation has a special place in any activity. Normative regulation is the basis that ensures the proper functioning of the state in the face of its economic entities. Not only the activity of individual enterprises, but also the effective functioning of the economy of any state directly depends on the established legislative system.

The regulations governing retail relations are quite diverse, as retail trade covers a wide range of legal relations.

The set of sources of commercial law forms their system with a clearly defined organizational structure, interdependence and interrelation of regulations[174], organized according to a certain hierarchy.

Various issues related to retail (and this is a fairly wide range – taxation, consumer protection, obtaining permits, rent and other real estate transactions, advertising, etc.) are regulated by hundreds of laws and regulations, orders, letters and instructions of various executive bodies concerning trade activities in the field of retail trade.

Taking into account the peculiarities of trade activities in the field of retail trade, it is possible to classify regulations according to the scope into: 1) general and 2) specialized regulations (regulatory legal acts).

Legal regulation of retail trade is based on the provisions of the Constitution of Ukraine, Article 42 stipulates that everyone has the right to entrepreneurial activity, which is not prohibited by law[175]. This right is based on the freedom of entrepreneurial activity, in other words, on the real possibility of carrying out a person at his own discretion and risk of economic activity, not prohibited by law, in order to make a profit. A prominent place in the system of individual rights and freedoms is occupied by the right to entrepreneurial activity.

---

[174] A normative legal act should be understood as an official written document adopted or issued by an authorized entity in the format prescribed by law and according to the procedure established by law, universally binding rights and obligations for an indefinite range of entities and designed for long-term, multiple application (rules of law).

[175] Constitution of Ukraine: Law of Ukraine of June 28, 1996 № 254k / 96-VR // "Legislation of Ukraine" / VR of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text

The realization of the law is impossible without the active participation of the state. It takes place in an appropriate manner, with the use of appropriate means and compliance with the conditions. The procedure for organizing the implementation of the law is a whole legal mechanism. As for the right to entrepreneurial activity, it is established at the legislative level as a procedural-legal one. Therefore, the realization of the right to entrepreneurial activity is not limited to the consolidation of this right for the subject, but means the use of the right in the procedural and legal order regulated by law.

The state protects the rights of consumers, controls the quality and safety of products and all types of services and works, promotes the activities of public consumer organizations.

Special legislation in the field of retail trade can be divided into two blocks:

1) relating directly to regulate retail trade;

2) relating to the peculiarities of the sale of certain groups of food and non-food products, as well as the implementation of various types of retail trade.

The first block concerns the direct regulation of retail trade. The main acts of legislation are the provisions of Chapter 30 of the Commercial Code of Ukraine[176], which regulates the trade activities of all spheres in a fairly general way, ignoring the specific aspects of retail trade. In addition, the existing legislation has many shortcomings, including outdated conflict rules and gaps, due to the introduction into the economy of Ukraine of new forms of retail trade, which have not yet been subject to appropriate legislation. According to paragraph 1 of Article 698 of the Civil code of Ukraine[177] under the contract of retail sale the seller who carries out business activity on sale of the goods, undertakes to transfer to the buyer the goods which are usually intended for personal, house or other use not connected with business activity, and the buyer undertakes to accept the goods and pay for it. The contract of retail sale is public (paragraph 2 of

[176] The Commercial Code of Ukraine: Law of Ukraine dated 16.01.2003 № 436-IV // "Legislation of Ukraine" / VR of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text

[177] Civil Code of Ukraine: Law of Ukraine dated 16.01.2003 № 435-IV // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text

Article 698 of the Civil Code of Ukraine). In particular, the Tax Code of Ukraine[178] regulates relations arising in the field of taxes and fees, in particular, determines an exhaustive list of taxes and fees levied in Ukraine, and the procedure for their administration, taxpayers, their rights and obligations in trade.

Among the laws and regulations that directly regulate retail trade include:

– The Law of Ukraine "On Consumer Protection" dated May 12, 1991 231023-XII[179], regulates relations between consumers of goods, works and services and producers and sellers of goods, contractors and service providers of various forms of ownership, establishes consumer rights and determines the mechanism of their protection and the basis for the implementation of state policy in the field of consumer protection;

– The Law of Ukraine “On Protection against Unfair Competition” dated June 7, 1996 № 236/96-VR[180], defines the legal basis for protection of business entities and consumers from unfair competition;

– The Law of Ukraine "On licensing of economic activities" dated March 2, 2015 № 222-VIII[181], regulates public relations in the field of licensing of economic activities, determines the exclusive list of economic activities subject to licensing, establishes a unified procedure for their licensing, supervision and control in the field of licensing, liability for violation of legislation in the field of licensing of economic activities;

– The Law of Ukraine “On the use of registrars of settlement transactions in the field of trade, catering and services” dated June 6, 1995

[178] Tax Code of Ukraine: Law of Ukraine dated 02.12.2010 № 2755-VI // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text

[179] On consumer protection: Law of Ukraine dated 12.05.1991 № 1023-XII // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text

[180] About protection against unfair competition: Law of Ukraine dated 12.05.1991 № 1023-XII // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр#Text

[181] On licensing of economic activities: Law of Ukraine dated 02.03.2015 № 222-VIII // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text

№ 265/95-VR[182] defines the legal basis for the use of registrars of settlement transactions in the field of trade, catering and services. It applies to all business entities, their business units and representatives (authorized persons) of business entities that carry out settlement operations in cash and / or non-cash;

– The Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "The Procedure for conducting trade activities and rules of trade services in the consumer goods market" dated June 15, 2006 № 833[183] determine the general conditions of trade activities by wholesalers, retailers, restaurants, basic requirements for trade networks, networks of restaurants and trade services for consumers (buyers) who purchase goods from enterprises, institutions and organizations, regardless of organizational and legal form and form of ownership, individuals – entrepreneurs and foreign legal entities engaged in business activities in Ukraine;

– The Order of the Ministry of Foreign Economic Relations and Trade of Ukraine "The rules of retail trade network" dated July 8, 1996 № 369[184] define the requirements for the organization of retail trade network, its premises and equipment and apply to business entities of all forms of ownership carry out business activities in the field of trade and restaurant business;

– The Order of the Ministry of Foreign Economic Relations and Trade of Ukraine "Instruction on the procedure for indicating retail prices for consumer goods in retail enterprises and restaurants" dated January 4, 1997 № 2[185] defines the basic requirements for the procedure for indicating

---

[182] On the use of registrars of settlement operations in the field of trade, catering and services: Law of Ukraine dated 06.07.1995 № 265 / 95-VR // "Legislation of Ukraine" / VR of Ukraine. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-вр#Text

[183] The procedure for conducting trade activities and the rules of trade services in the consumer goods market: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 15.06.2006 № 833 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-p#Text

[184] Rules of operation of the retail trade network: Order of the Ministry of Foreign Economic Relations and Trade of Ukraine dated 08.07.1996 № 369 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0372-96#Text

[185] Instruction on the procedure for marking retail prices for consumer goods in retail trade and restaurants: Order of the Ministry of Foreign Economic

retail prices for consumer goods consumption in retail enterprises, restaurants and aimed at respecting the rights of consumers to obtain the necessary, accessible and reliable information about prices for goods;

– The Order of the Ministry of Economy and European Integration of Ukraine "Rules of retail trade in food products" dated July 11, 2003 № 185[186] regulate the procedure for acceptance, storage, preparation for sale and sale of food products through the retail trade network, as well as determine the requirements for compliance consumers regarding the quality and safety of goods and the level of trade services;

– The Order of the Ministry of Economy of Ukraine "Rules of retail trade in non-food products" dated April 19, 2007 № 104[187] regulate the procedure for acceptance, storage, preparation for sale and sale of non-food products through the retail network, as well as determine requirements for consumer rights regarding proper quality and security of goods and the level of trade services.

The second block concerns the peculiarities of the sale of certain groups of food and non-food products, as well as the implementation of various types of retail trade, they are:

– The Law of Ukraine "On Prices and Pricing" dated June 21, 2012 № 5007-VI[188] defines the basic principles of pricing policy and regulates relations arising in the process of formation, establishment and application of prices, as well as the implementation of state control (supervision) and monitoring in pricing;

Relations and Trade of Ukraine dated 04.01.1997 № 2 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0004-97#Text

[186] Rules of retail trade in food products: Order of the Ministry of Economy and European Integration of Ukraine dated 11.07.2003 № 185 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03#Text

[187] Rules of retail trade in non-food products: Order of the Ministry of Economy of Ukraine dated 19.04.2007 № 104 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07#Text

[188] On prices and pricing: Law of Ukraine dated 21.06.2012 № 5007-VI // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text

– The Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "Rules of consumer services" dated May 16, 1994 № 313[189] determine the basic requirements for consumer services and regulate relations between customers and contractors in the provision of consumer services in Ukraine;

– The Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On distribution of copies of audiovisual works, phonograms, videograms, computers programs, databases" dated November 4, 1997 № 1209[190] define the basic requirements for retail trade, rental, storage of copies of audiovisual phonograms, videograms, computer programs, databases and aimed at protecting the rights of consumers in terms of ensuring the proper quality of these copies and their lawful use.

– The Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "Rules of retail trade in petroleum products" dated December 20, 1997 № 1442[191] determine the procedure for retail trade in fuels, oils, lubricants, prepackaged petroleum products, as well as regulate the requirements for consumer rights regarding the proper quality of petroleum products, safety for life and health of consumers and the level of trade services;

– The Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "Rules of trade in precious metals (except bank metals) and precious stones, precious stones of organogenic formation and semi-precious stones in raw and processed form and products made of them, owned by business entities" dated June 4, 1998 № 802[192] establishes the procedure for trade on the

---

[189] Rules of consumer services: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 16.05.1994 № 313 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/313-94-п#Text

[190] Rules of retail trade, rental of copies of audiovisual works, phonograms, videograms, computer programs, databases: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 04.11.1997 № 1209 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1209-97-п#Text

[191] Rules of retail trade in petroleum products: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 20.12.1997 № 1442 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1442-97-п#Text

[192] Rules of trade in precious metals (except bank metals) and precious stones, precious stones of organogenic formation and semi-precious stones in raw and processed form and products from them, which belong to business entities on

territory of Ukraine in precious metals (except bank metals) and precious stones, precious stones of organogenic formation and semi-precious stones in raw and processed form and products from them, which belong to business entities on the right of ownership;

– The Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "Rules of retail trade and provision of services for the supply of liquefied hydrocarbon gas for household needs and other consumers" dated November 20, 2003 № 1790[193] determine the procedure for acceptance, storage, retail trade and provision of services for the supply of liquefied hydrocarbon gas for household needs of the population and other consumers by business entities that are registered in the prescribed manner and have a license for the right to retail fuel;

– The Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "Rules of trade in installments to individuals" dated March 30, 2011 № 383[194] establish the procedure for the sale of non-food products by residents or non-residents to individuals in installments, in other words, on the terms of installments of the final settlement, for a specified period and at interest;

– The Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "Procedure for wholesale and retail trade in vehicles and their components with identification numbers" dated November 11, 2009 № 1200[195] defines the mechanism of trade in wholesale and retail trade in cars, buses,

---

the right of ownership: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 04.06.1998 № 802 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/802-98-п#Text

[193] Rules of retail trade and provision of services for the supply of liquefied hydrocarbon gas for household needs of the population and other consumers: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 20.11.2003 № 1790 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1790-2003-п#Text

[194] Rules of trade in installments to individuals: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 30.03.2011 № 383 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/383-2011-п#Text

[195] Procedure for wholesale and retail trade in vehicles and their components with identification numbers: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 11.11.2009 № 1200 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1200-2009-п#Text

motorcycles of all types, makes and models, trailers, semi-trailers and wheelchairs, tractors, self-propelled chassis, self-propelled agricultural, road-building and reclamation machines, agricultural machinery, other mechanisms and vehicles of domestic and foreign production and their components (engines, chassis, car bodies, frames), which have identification numbers, as well as those vehicles and their components that have identification numbers, which were in use and were registered in the manner prescribed by law;

– The Order of the Ministry of Foreign Economic Relations of Ukraine "Rules of commission trade in non-food products" dated April 13, 1995 № 37[196] regulate the procedure of commission trade in non-food goods and apply to relations arising between business entities of any organizational and legal form and forms of ownership (commission agent), which enter into commission agreements with individuals (principal) and sell new and used goods accepted by them, and by consumers;

– The Order of the Ministry of Foreign Economic Relations and Trade of Ukraine "Rules of retail trade in potatoes and fruit and vegetables" dated July 8, 1997 № 344[197] regulate the procedure for acceptance, storage, preparation for sale and sale of potatoes, vegetables, melons, berries, fruits, grapes, nuts, mushrooms, citrus fruits, subtropical and tropical crops, wild fruits and berries in fresh, dried, fresh-frozen, processed and canned form, as well as determine the requirements for consumer rights regarding the proper quality of goods and the level of trade services;

– The Order of the Ministry of Economy and European Integration of Ukraine and the Ministry of Culture and Arts of Ukraine "Rules of trade in

[196] Rules of commission trade in non-food products: Order of the Ministry of Foreign Economic Relations of Ukraine dated March 13, 1995 № 37 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine.. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0079-95#Text

[197] Rules of retail trade in potatoes and fruit and vegetables: Order of the Ministry of Foreign Economic Relations of Ukraine dated 08.07.1997 № 344 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine.. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0353-97#Text

antiques" dated December 29, 2001 № 322/795[198] define the basic requirements for the organization of trade in antiques in retail and auctions and aimed at ensuring the proper level of trade services and preservation of cultural values;

– The Order of the Ministry of Economy and European Integration of Ukraine, the Ministry of Internal Affairs of Ukraine, the State Tax Administration of Ukraine, the State Committee for Standardization, Metrology and Certification of Ukraine "Rules of Trade in Markets" dated February 26, 2002 № 57/188/84/105[199] requirements for the functioning of duly established markets of all forms of ownership, organization of wholesale and retail sale of agricultural products, food and non-food products, livestock, animals, feed, etc., provision of services, compliance with veterinary, sanitary, fire safety requirements and safety rules in the markets, consumer rights and tax legislation requirements;

– The Order of the Ministry of Economy and European Integration of Ukraine "Rules of retail trade in tobacco products" dated 24.07.2002 № 218[200] the procedure for retail trade in cigarettes, cigars, cigars, cigarillos, pipe tobacco, snuff, suction, chewing and other tobacco products and their substitutes is determined, they are aimed at respecting consumer rights regarding the proper quality of goods and the level of trade services;

– The Order of the Ministry of Economy of Ukraine "Rules for the sale of goods to order and outside commercial or office premises" dated

---

[198] Rules of trade in antiques: Order of the Ministry of Economy and European Integration of Ukraine and the Ministry of Culture and Arts of Ukraine dated 29.12.2001 № 322 / 795 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0058-02#Text

[199] Rules of trade in the markets: Order of the Ministry of Economy and European Integration of Ukraine, the Ministry of Internal Affairs of Ukraine, the State Tax Administration of Ukraine, the State Committee for Standardization, Metrology and Certification of Ukraine dated 26.02.2002 № 57 / 188/84/105 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-02#Text

[200] Rules of retail trade in tobacco products: Order of the Ministry of Economy and European Integration of Ukraine dated 24.07.2002 № 218 // Database "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0679-02#Text

April 19, 2007 № 103[201] define the relationship between the consumer and the business entity – the seller of goods to order and outside commercial or office premises on the basis of the purchase agreement concluded at a distance or outside commercial or office premises, as well as regulate the requirements for the observance of consumer rights regarding proper quality, safety and proper commercial service.

6.4. Economic and contractual relations in the field of retail trade

The implementation of any trade activity is accompanied by a system of contracts, if we talk about economic and contractual relations in the field of retail, they are systematized into the following group of contracts:

– contracts for the sale of property, products (purchase and sale, supply, contracting of agricultural products, mines (barter), electricity, gas, water, etc.);

– agreements on the use of property (lease agreement);

– contract for the performance of work are usually related to the design, construction of new, expansion, reconstruction, overhaul and restoration of existing facilities and structures for both production and non-production purposes (non-production assets), with the repair or improvement of quality characteristics production equipment, etc. (capital construction contract);

– contracts for the provision of services (contracts for freight forwarding, warehousing, bank account, commercial risk insurance), as well as intermediary contracts that promote market exchange of results of both tangible and intangible production (commission, power of attorney, agency and distribution agreements and etc.) etc.

Classification of economic and contractual relations in the field of retail trade:

1) in the order of formation of relations on which the contract is based:

---

[201] Rules for the sale of goods to order and outside commercial or office premises: Order of the Ministry of Economy of Ukraine dated 19.04.2007 № 103 // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1181-07#Text

– concluded directly between counterparties;

– intermediary, the parties to the contract do not serve their own interests, but the interests of third parties (for example, contracts of agency, commission, agency);

2) on the legal basis of the contract:

– general method of conclusion;

– special procedure (provides for the conclusion of contracts that have their own characteristics, such as auction, competition, exchange-listed method);

3) at the moment when the contract is considered concluded:

– real (for example, in the lease agreement: it is considered concluded from the moment of giving the thing for rent);

– consensual (necessary coordination of the will of the parties at the conclusion of all essential conditions) (contract of work and labour, supply);

– formal (for the conclusion of a formal business agreement requires two points: coordination of the will of the parties (consensus) and expression of will in a certain (generally defined by law) form (loan agreement, transportation agreement);

4) by regulatory function:

– preliminary and main business agreements. The preliminary agreement defines the conditions under which the parties undertake to enter into a business agreement ("agreement about agreement") within a certain period. Such an agreement is necessary for those economic relations in which the conclusion of the main contract requires a number of actions, without which it is impossible to conclude (a contract for the capital construction of a complex object);

– general and current business agreements. The first is concluded for the entire period of regulated activity. The general agreement defines the essential conditions of cooperation between the parties during the entire period of the relevant activity. Current (one-time) contracts are concluded on the basis of a general contract as those that are designed for certain (short) periods of time. Current contracts, as a rule, do not include conditions not provided by the general contract, otherwise it would be a new (separate) contract;

5) the degree of complexity:

– simple contracts that contain features of a contract of one type (contract of sale, transportation, contract);

– complex agreements provide for the presence of signs of several agreements (factoring agreement, contract for capital construction, leasing agreement, concession agreement, etc.);

6) for terms of validity:

– long-term – concluded for a period of more than 5 years (concession agreement, lease agreement of the entire property complex of the enterprise);

– medium-term – valid from 1 to 5 years (capital construction contracts);

– short-term – valid for up to 1 year; these agreements are dominated by property elements;

– one-time concluded for one business transaction.

7) according to the procedure for determining the price of goods among business contracts are:

Based on the content of economic activity, the division on the basis of the movement of material goods is common. In particular, such agreements are divided into paid business agreements and business agreements that are free of charge;

– agreements with free market prices;

– agreements with state regulated prices.

8) depending on the direction of business contracts are divided into two groups:

– contracts for the promotion of inventory (purchase, sale, exchange, supply, commission, etc.);

– contracts for service of the enterprise (contracts of storage, transportation, provision of advertising services, etc.);

9) according to the form and degree of organization of the market where the contract is concluded, the following are distinguished:

– exchange contracts;

– agreements concluded within the usual production markets (markets of works, services);

– agreements concluded within the electronic market, in other words, through the Internet.

10) according to the economic and legal results, the following types of economic agreements are distinguished: sales contracts, by

means of which the sale of the results of economic activity, which have acquired the property-commodity form, is carried out. Under these agreements, the ownership of the goods is transferred from one economic entity to another.

11) depending on the dominance of property or organizational elements in the economic contract we distinguish:

– property contracts (contracts for the sale of property, contracts for the use of property, contracts for the performance of works, contracts for the provision of services);

– organizational agreements (founding agreement, agreement for the implementation of the investment project in special economic zones).

The composition of the subjects differs between bilateral and multilateral agreements. In the field of retail trade, these are usually bilateral agreements, for example, supply of products (parties – supplier and buyer – Article 265 of the Economic Code of Ukraine).

According to the method of offer and determination of the content, there are: a contract of free will, a model contract, a public contract (Article 633 of the Civil Code of Ukraine and Article 178 of the Economic Code of Ukraine) and an accession agreement.

Peculiarities of fulfillment of public obligations are provided by Article 178 of the Economic Code of Ukraine. Thus, an economic entity, that according to the law and its constituent documents is obliged to perform work, provide services or sell goods to anyone who applies to him legally, has no right to refuse to perform work, provide services, sell goods if he has such an opportunity or to give preference to one consumer over others, except as provided by law.

In particular, in the segment of market relations there are agreements in the field of food markets, agreements in the field of trade in non-food products[202].

According to the methods of regulating economic relations at different levels of the economic mechanism, there are: economic and operational agreements are agreements concluded between organizations and mediate the transfer of products (property) to ownership or temporary

[202] Problems of legal regulation of contractual relations of business entities: monograph / V. M. Adam et al. M. S Dolynska (ed.). Lviv: Galician Association Publishing LLC. 2019. 247 p.

use, contracts for works and contracts for services, joint work; economic management agreements, these are agreements in which the parties are economic bodies that were both in a relationship of subordination and on a one-tier economic mechanism; internal economic agreements where one of the parties was an internal division, and its counterparty, as a rule, the economic body as a whole.

According to the criteria of subject composition, typification of private and public interests, which are realized in contracts, and contractual purpose V. Milash suggests within the economic production contract to distinguish such types as commercial contract, economic-consumer contract, contract with public authorities, local governments and commercial non-profit agreement (the first two relate to retail trade)[203].

A commercial agreement is an agreement between business entities regarding the commodity exchange of an object (objects) of economic rights for the purpose of making a profit and achieving other socio-economic effects. Most commercial contracts are contracts with long terms of execution, which increases the risk of their implementation. Such agreements mediate both homogeneous business transactions (supply of goods in batches) and heterogeneous (for example, those covered by franchising); one business transaction that lasts in time (transfer of property for use.

The most common type of contract with the participation of the business entity is a business-consumer agreement, as reached between the business entity and the consumer act of agreement on the exchange of goods) of economic rights, where one of the parties acts for economic purposes, and the other – with consumer.

Article 2 of the Economic Code of Ukraine names consumers as participants in economic relations, but does not define the type of economic relations in which they are participants. However, regardless of who and for what purpose is on the side of the buyer, for the seller – the business entity, the sale of goods is economic and is carried out within the consumer market as a sphere of special attention of the state.

Contracts through which the movement of goods from the sphere of production market to the sphere of consumer (economic and consumer

[203] Milash V. S. Prospects for the modernization of contractual relations in the field of management: a monograph. Kharkiv: NUUE, 2014. 227 p.

contracts) have a complex dual nature on the one hand, such agreements mediate the economic activity of the seller of goods (in the broadest sense of the word), on the other in the sphere of consumption (household sphere). The seller and the buyer in such agreements are subject to different legal regimes. The first operates on the basis of public and private law, the second does not go beyond the private sphere. The difference in the legal regime under which the entrepreneur operates, on the one hand, and his contractual partners (citizens, non-profit organizations), on the other hand, is due to the difference in goals set before them: the entrepreneur needs profit, and his contractors – his goods (works, services) that he provides.

If a commercial contract during the formation of production relations is one of the means of influencing the production market, the contract with the participation of the consumer – the main legal means of influencing the consumer market.

Discussion Questions: Self-Control

1. Indicate the role of retail in the economy.
2. Define the concept of "retail".
3. State the main functions of retail.
4. Indicate the characteristic features of retail.
5. Define the forms of retail trade.
6. Name the classification of store trade intermediaries according to different criteria.
7. State the "seven rules" of logistics.
8. Describe out-of-store retail.
9. Define the rights and responsibilities of retailers.

TOPIC 7
LEGAL REGULATION OF E-COMERCE

7.1. The concept and types of e-commerce

The rapid development of modern information technologies and the World Wide Web significantly contribute to the development of the information society, one of the features of which is the widespread use of information technology, in particular in the field of trade. Due to the constant development of information networks, new social institutions are being formed, and in international economic relations such a social phenomenon as "e-commerce" is emerging.

In a broad sense, e-commerce is understood as the implementation of economic transactions with the use of services provided through global information electronic-digital (computer) technologies and electronic communications technologies (telecommunications).

In general, e-commerce is a form of business organization in which the selection and ordering of goods or services is performed using a computer network, and payment is made based on the use of electronic documents and means of payment (cards, electronic checks, electronic money). In fact, e-commerce is an Internet commerce system (SIC). Thus the Internet, according to the Article 1 of the Law of Ukraine "On Telecommunications" (dated 18.11.2003 № 1280-IV) is a global information system of public access, which is logically connected by a global address space and is based on the Internet protocol defined by international standards.

The economic advantages of e-commerce include: a significant reduction in costs for the organization and operation of business infrastructure; reduction of advertising costs; increasing competitiveness and minimizing the cost of goods; reduction of time to enter the markets, efficiency of concluding and executing business agreements; gaining access to global markets and significantly expanding the market for goods and services for the seller; availability of information about goods and services sold; expanded choice of products, goods and services for the buyer.

The determining factor in the rapid growth of the number of business transactions using Internet technologies is the ease of access to Internet

resources and, as a consequence, its availability to a wide range of users. A contributing factor is also the electronic payment system and inadequate control (or no control at all) by the state over e-commerce in the network. In this regard, in modern conditions, e-commerce is becoming more common in the world, in Europe and Ukraine, in particular.

However, these benefits provide additional opportunities for abuse and intentional criminal encroachment on various social relations, which requires appropriate legal regulation.

Today in the domestic legal framework a large number of issues in this area remains unresolved, which often leads to violations of the rights and interests of individuals and legal entities.

One of the obstacles to proper legal regulation is the uncertainty of the concept of e-commerce, which is directly related to the concept of "e-commerce". For example, there are a number of definitions of "e-commerce".

Table 5

Some definitions of "e-commerce"

The author	Definition
Tardaskina T. M.	it is a type of electronic commercial activity with the use of information and communication technologies
Tsarov R. Yu.	it is any transaction carried out through a computer network, as a result of which the right of ownership or right of use of goods or services has been transferred from one person to the other one
Maievska A. A.	is the use of electronic communications and digital information processing technologies to establish and change value relationships between organizations and between organizations and individuals
Martovyi A. V.	it is the activity of an organization or individual, mainly focused on making a profit from transactions and transactions on the Internet
Yudin O. M.	is a business activity for the purchase and sale of goods and services, which involves the interaction of the parties on the basis of information networks (without direct physical contact)
Poliakh V. M.	is a specific part of e-business, which includes public relations regarding the purchase and sale of goods, services and information via the Internet using all the tools available online

This kind of uncertainty leads to the fact that in most scientific and educational sources, along with the concept of e-commerce, the term

"e-business" is also used. In this case, "e-business" and "e-commerce" in general are often considered as synonyms. This significantly hinders the implementation of appropriate forms of law enforcement, and therefore it is especially important to clearly define the essence of these and related terms.

The concepts of "e-business" and "e-commerce" originated in the United States in the 80s of last century and they were the result of the development of early ideas of the global information economy[204].

The first generally accepted standard was adopted in 1984 by the United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL).

Currently, e-commerce includes the following forms of economic activity: 1) electronic information exchange (Electronic Data Interchange, EDI); 2) electronic movement of capital (Electronic Funds Transfer, EFT); 3) e-commerce; 4) electronic money (e-cash); 5) electronic marketing (e-marketing); 6) electronic banking (e-banking); 7) electronic insurance services (e-insurance).

In general, e-commerce covers three groups of public relations:

1) relations related to the conclusion of transactions in the field of management using the telecommunication network;

2) relations related to the use and exchange of electronic documents;

3) relations related to the use of electronic signatures.

The simplified e-commerce model consists of:

– holders of plastic cards, who, as a rule, have access to virtual service providers (shops, banks, travel agencies) via the Internet;

– virtual service providers (online stores, banks, travel agencies, insurance companies, etc.) that have access to their catalogs of services through computer networks;

– payment system provided by issuing banks (cards);

– telecommunication infrastructure;

– developed system of standardization of customers and information providers.

There are a number of types of e-commerce, including: delivery; product sharing agreement, agency relations, factoring, leasing, design, consulting, engineering, investment contracts, insurance, operating and

[204] Mishchenko V. I., Shapovalov A. V., Yurchuk H. V. [E-business in the financial services marke: Manuel. Kyiv: "Knowledge", KOO, 2003. 278 p.

concession agreements, banking services, joint activities and other forms of business cooperation, transport services[205] etc. However, the most common form of e-commerce today is buying and selling.

Internet commerce (e-commerce) has become one of the most powerful segments of national economies in industrialized countries. In the context of international economic law, the category of "Internet commerce" is proposed to be considered as a sphere of international economic relations with the use of computer information technology, including electronic telecommunications technology.

In a narrow sense, it is proposed to consider the category of "Internet-trade" – as a sphere of economic transactions related to trade in goods, works, services with the use of electronic-digital telecommunications technologies for profit.

One of the first scientific definitions of "e-commerce" was given in 1996 by Columbia University professor V. Zvas: "e-commerce is the distribution of business information, business environment and conducting business transactions through telecommunications networks, and electronic trading includes purchase and sale relationships and agreements between companies, as well as general processes that support trade within individual firms[206].

On 16 December 1996, at the 85th plenary session of the United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL), UN General Assembly Resolution A/51/628 dated 30 January 1997 adopted the Model Law on Electronic Commerce. The UN Commission (UNCITRAL) defines electronic trading as an organization and technology for the purchase and sale of goods and services electronically using telecommunications networks and electronic financial and economic instruments.

According to the definition of the World Trade Organization, electronic trading is the organization of the process of commodity-money

[205] Larin V. V., Lebedev A. N., Solv'yanenko N .I. Legal regulation of the conclusion of transactions at the present stage. URL: http:www.vlarin.chat.ru\\ larin\diplom.htm.

[206] Zwass V. Electronic Commerce: Structures and Issues. *International Journal of Electronic Commerce*. 1996. Vol. 1, №. 1, Fall. P. 3–23. URL: http://www.gvsu.edu/ssd/ijec/v1n1/p003full.html

exchange in the form of purchase and sale on the basis of electronic technologies.

Law of Ukraine "On Electronic Commerce" № 675-VIII (hereinafter – the Law № 675-VIII) paragraph 1 Part 1 of Article 3 defines that e-commerce is a relationship aimed at making a profit arising from transactions for the acquisition, change or termination of civil rights and obligations, carried out remotely using information and telecommunications systems, as a result of which the participants of such relations have property rights and obligations. This article puts an end to discussions on the relationship between the concepts of "e-commerce" and "electronic trading".

Electronic trading is recognized as economic activity in the field of electronic purchase and sale, sale of goods remotely to the buyer by making electronic transactions using information and telecommunications systems. That is, electronic trading is part of e-commerce.

It is important for the development of electronic trading to determine the content of a number of related concepts, including the following.

An e-shop is a specialized website owned by a manufacturer or trading company and designed to promote products on the market, increase sales, attract new customers. On these sites you can choose the product, place an order and make a payment online.

An e-shopping center is a website that contains many e-shops and catalogs, united by a common location where the customer uses the same registration and payment mechanism.

Electronic auction – accurately reproduces the bidding procedure for lots at a regular auction. The provider of such a system earns a percentage of transactions, as well as the sale of software for bidding.

An electronic directory is a specialized website for tenders among suppliers. With its help, the customer can choose a supplier of goods for further negotiations with him. It is used by companies to facilitate participation in tenders, to promote their brand and reduce marketing costs.

According to the law, e-commerce is an integral part of e-commerce for a fuller understanding of the concept of e-commerce, it is important to take into account the characteristics of e-commerce in general.

These include: 1) complexity: electronic trading is a systemic concept that includes relations in the field of electronic documents and document management, in the field of transactions, in the use of electronic

signatures; 2) availability of a telecommunication network: the environment for transactions and provision of banking services is a telecommunication network; 3) dispositive approach to the choice of telecommunication network: the use of a specific network is not required. Most of these activities are carried out using the Internet, but the possibility of using others is not excluded; 4) inexhaustibility of the list of transactions that can be concluded with the use of telecommunication networks: the legislation does not set restrictions on the subject or type of transactions that are concluded in the above mentioned way.

To better understand the essence of the concept of "electronic trading", it is important to consider the essence of other related concepts. This applies to the most general concepts of domestic law. Firstly, the concept of "trade" any operations carried out under contracts of sale, mines, supplies and other civil law agreements that provide for the transfer of ownership of goods[207], and, secondly, the concept of "economic and trade activities", that according to Article 263 of the Civil Code of Ukraine is an activity carried out by economic entities in the field of trade, aimed at the sale of industrial and technical products and consumer goods, as well as ancillary activities that ensure their implementation through the provision of relevant services.

Based on these concepts, electronic trading is considered as a form of business activity (business, entrepreneurial activity) in the spheres of economic activity, the content of which is any transactions carried out under civil law agreements, which provide for the transfer of ownership of goods, services and carrying out works by computer programming of messages by means of electronic carriers, or through a network similar to the Internet, with use of possibilities of information and telecommunication technologies[208]. Electronic trading is a convenient means of solving both domestic and industrial problems of individuals and legal entities and a means of saving time.

There are a number of obstacles to the development of electronic trading and e-commerce in Ukraine in general. Their list includes:

[207] On licensing of certain types of economic activity: Law of Ukraine dated 01.06.2000 № 1775-III // "Legislation of Ukraine" / VR of Ukraine. URL. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1775-14#Text (expired)

[208] Electronic trade (legal aspect of regulation): monograph / Новицький A. M. et al. / ed. Kostytskyi V. V. Kyiv: "MP Lesia", 2007. 212 p.

fraudulent transactions carried out with the help of stolen card details; stores that disappear from the market after successful scams; fictitious stores designed to collect information about customer cards; psychological factor, etc. The most dangerous, of course, is fraud. More than thirty types of fraud are committed on the Internet[209].

The development of electronic trading significantly exacerbates the problem of privacy, because on the Internet it is very easy to collect and combine personal data. In each case, the user, accessing the network, leaves some information about himself/herself. When these various data are combined into a single whole, a person's privacy becomes "transparent", which can threaten his or her safety. Therefore, the state must provide a system of protection of personal information.

The main directions of stimulating the development of e-commerce and its component of electronic trading are harmonization of legal norms, ensuring legal protection of their subjects, removing obstacles to the development of international e-business, building e-commerce market infrastructure in full compliance with these concepts.

7.2. Legal status of e-commerce participants

In the framework of e-business there is a constant interaction between its four permanent entities: 1) Customers are consumers of goods or services that they can buy; 2) Business organizations – is any enterprise that carries out all or part of its activities through information networks, in other words, engaged in e-commerce; 3) Financial institutions – organizations that provide services related to the movement of financial flows, primarily banks; 4) The state that determines the rules of e-business and carries out its general regulation[210].

The Article 6 of Law № 675-VIII "On e-commerce" states that the participants in relations in the field of e-commerce are e-commerce entities, providers of intermediate services in the information sphere, public authorities and local governments in terms of their state functions or

[209] Voznyi M. I. International e-commerce. *Problems and prospects of development in Ukraine*. Economic sciences. 2014. №. 7. P. 243–252.
[210] Tsarov R. Yu. E-commerce. A textbook for the preparation of bachelors in the field of "Telecommunications". Odessa: O.S. Popov ONAT, 2011. 112 p.

Local Government. At the same time, providers of intermediate services in the information sphere are telecommunications operators (providers), payment infrastructure service operators, registrars (administrators) who assign network identifiers, and other entities that provide transmission and storage of information using information and telecommunications systems.

Interaction between certain types of subjects-participants of economic relations in the theory of electronic trading is the basis of division of this branch into separate sectors of trade between separate subjects-participants. The most common among them are:

1) business-to-consumer (B2C) sector. A form of interaction between companies and consumers that provides producers with additional opportunities to promote their goods and services directly to consumers. This form was one of the first e-business strategies, which involves the direct movement of goods and services from producers to end consumers, bypassing intermediaries. E-retail, focused on the end consumer. The most typical example of this direction of e-commerce is retail trade on the Internet, aimed directly at consumers) – this is a type with which the very concept of "e-commerce" is often identified; provides interconnection of various companies and suppliers of goods and services with end users on the Internet;

2) the business sector of Business-to-Business (B2B). The form of operational interaction of enterprises at all levels, which focuses on the existing business and the established supply and marketing schemes, has become an internal business process. It enables the integration of internal networks of partners for joint electronic document management, creates a system of direct placement of orders with the ability to detail their parameters and track their implementation in real time and is a new means of closer communication between enterprises. This form has become the most widespread today. Through various virtual B2B platforms, these entities have the opportunity to exchange information, find new partners, contractors and conduct trading operations. Also, companies can provide themselves with various ancillary services, purchase equipment, etc.;

3) the sector of trade of physical persons – Consumer-to-Consumer (C2C). Interaction of individuals to buy, sell, exchange or provide goods, services and information in cyberspace. Examples of this form of interaction can be bulletin boards and Internet auctions) – it provides interaction between end users of Internet services (for example, online auctions, file sharing protocols, etc.);

4) trade sector of legal entities and government organizations business-to-administration (B2A – Business-to-Administration). Interaction of companies with administrative bodies. Covers business relations of commercial structures with state and international organizations. This segment of e-commerce is still underdeveloped, but has prospects for development provided that governments are more active in using their own capabilities to support companies. For example, the fastest trend is the procurement of goods and services by governments of different countries and the leadership of international organizations via the Internet. In turn, commercial organizations have the opportunity to send their own proposals and thus conduct a dialogue with the authorities;

5) the sector of trade of individuals and governmental organizations C2A – Consumer-to-Administration – this is a direction that is used to organize the interaction of the government and the final consumer. For example, in the United States, almost all taxpayers file income tax returns through tax authorities' websites. Today, such "digitalization" of relations between the government and citizens of the state is introduced in Ukraine (online ordering of passports, obtaining extracts from the cadastre, registration of documents, etc.);

6) mobile commerce (m-commerce) – purchase and sale of goods and services, exchange of information, payments, etc. via wireless portable devices such as mobile phones, smartphones, laptops and tablets, etc. These wireless devices interact with computer networks that have the ability to perform certain operations on the Internet [[211], p. 40].

In a more general sense, the main participants in the e-commerce system, namely the buyer (customer), trade enterprise (trader, seller), bank, processing center, operator, certification center, perform the following roles.

The buyer "enters" the e-shop using a standard Web-browser, views the list of presented goods (the option of the operation depends on the proposed method of navigation) and selects the ones he wants to buy – forms a "basket". After that, he is given an order form with a list of selected products, their prices and the final cost. In some stores, interactive discussion and agreement of prices is possible. The completed order form is sent to the merchant. The merchant, in turn, contacts the customer's

[211] Zelizko A., Baitsar R. Development of normative-legal regulation of e-commerce in Ukraine. *Standardization quality certification*. № 3. 2016. P. 39–44.

bank, which must certify the solvency of the buyer. After receiving the relevant confirmation, the merchant confirms the order, transfers the goods (or provides services) and receives payment.

Article 7 of the Law № 675-VIII determines the legal status of the seller (performer, supplier) of goods, works, services in e-commerce. A significant innovation in the law is the imposition of information obligations on the seller. Thus, the Seller is obliged to[212]:

– provide complete and reliable information about themselves to other participants in the legal relationship (name, identification code, location, information about the license, etc.);

– provide complete and reliable information on the characteristics of the goods and their value (for example, regarding the inclusion of taxes, delivery services, etc.);

– to ensure full compliance of the subject of the electronic contract, agreed by the parties, with quantitative and qualitative characteristics.

According to Article 8 "Legal status of the buyer (customer, consumer) of goods, works, services in the field of e-commerce", the rights and obligations of the buyer (customer, consumer) of goods, works, services in the field of e-commerce are determined by the legislation of Ukraine, in particular the Law of Ukraine "On consumer protection". The Laws of Ukraine “On E-Commerce”, “On Consumer Protection” stipulate that certain information must be posted on the website of the Online Store in general free access for an unlimited number of persons, namely[213, 214]:

– for legal entities – their full name, and for an individual entrepreneur – last name, first name, patronymic;

– location of the legal entity or place of registration and place of actual residence of the natural person – entrepreneur;

– e-mail address, online store and other means of communication;

– identification code for the legal entity or registration number of the taxpayer’s account card for a natural person-entrepreneur;

---

[212] On e-commerce: Law of Ukraine dated 03.09.2015 № 675-VIII // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text

[213] Там само.

[214] On consumer protection: Law of Ukraine dated 12.05.1991 № 1023-XII // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text

– if the economic activity involves obtaining a license (for example, trade in medicines, alcohol, etc.) – you must specify information about such a license (series, number, validity, date of issue);

– the procedure for accepting the buyer's claims against the seller in the event of their occurrence;

– the procedure for forming the final value of goods for the inclusion (non-inclusion) of certain taxes in the value of goods;

– the main characteristics of the product (detailed description of all characteristics and qualities, photographs, etc.), as well as other necessary, reliable and timely information about it, which should be set out in an accessible form to ensure its conscious and competent choice by the buyer;

– information on the cost of goods, terms of payment and delivery;

– warranty obligations of the manufacturer and seller, as well as other services related to the maintenance or repair of products (according to the law for goods purchased in the online store, the same warranty from the manufacturer as for products sold in regular stores);

– other conditions of delivery or performance of the contract (if any);

– the minimum duration of the contract, in the case of specifying the frequency of supply of products;

– the period of acceptance of offers (if the seller buys and delivers the goods only under the concrete order);

– the procedure for terminating the contract;

– other information required by law.

According to the law, the above information must be brought to the buyer before the conclusion of the electronic contract (the formation of a request to purchase the selected product). Sometimes there are cases when the seller does not receive timely information about the product from the manufacturer (importer), or receives inaccurate information. Disclosure of inaccurate information about the product may cause damage to the consumer as a result of unfair advertising of such goods. Therefore, given the fact that the consumer may not have special knowledge about whether a product he intends to purchase, the responsibility in case of damage to the latter rests with the seller[215].

[215] On consumer protection: Law of Ukraine dated 12.05.1991 № 1023-XII // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text

If for some reason the owner of the online store – a business entity did not provide the above information (did not post it in a timely manner on the website of the online store) – this implies the imposition of administrative liability. In particular:

– for lack of necessary, accessible, reliable and timely information about the product or seller (in cases specified by the Law of Ukraine "On e-commerce") – in the amount of thirty percent of the value received for the sale of goods, work performed, services provided, but not less than non-taxable minimum incomes of citizens, and in the event that according to the law the business entity does not keep mandatory accounting of income and expenses – in the amount of five non-taxable minimum incomes of citizens[216];

– refusal to provide citizens-consumers with the necessary, accessible, reliable and timely information about goods (works, services), their quantity, quality, range, as well as about their manufacturer (performer, seller) – imposition of a fine of one to ten non-taxable minimum incomes of citizens (Articles 156-1 of the Code of Ukraine on Administrative Offenses) [217];

– providing inaccurate information about products, if this information did not harm the life, health and property of the consumer – a fine in the amount from ten to fifty non-taxable minimum personal incomes (Articles 156-1 of the Code of Ukraine on Administrative Offenses) [218].

The specifics of e-commerce provide the possibility of using intermediate services. The rights and obligations of the provider of intermediate services in the information sphere are determined by the agreement on the provision of such services, the Civil and Commercial Codes of Ukraine, the provisions of the Law "On Electronic Commerce" and the legislation on telecommunications[219].

---

[216] On consumer protection: Law of Ukraine dated 12.05.1991 № 1023-XII // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text

[217] Code of Ukraine on Administrative Offenses: Law of Ukraine dated 07.12.1984 № 8073-X. // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#n1326

[218] Там само.

[219] On e-commerce: Law of Ukraine dated 03.09.2015 № 675-VIII // "Legislation of Ukraine" / Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text

7.3. Regulatory and legal support of e-commerce

The global concept of legal regulation of e-commerce is embodied in legal documents, which are divided into several levels: international; regional (within the European Union); national[220].

The first international level is the regulations of the United Nations Commission on International Trade Law. In general, the international level of legal agreements is not yet represented for most countries by uniform e-commerce standards, but by standard (model) laws used as a model for improving national legislation[221], for example, the UNCITRAL Model Law (hereinafter the Model Law) dated 1996, the UNCITRAL Model Law on Electronic Signatures dated 2001.

The model law "On e-commerce" has a framework, recommendatory nature. It is intended for use by states as a basis for drafting national legislation. This international document has laid the legal foundations for e-commerce; gave a definition of basic concepts such as: electronic document, electronic document management, electronic signature, the author of an electronic document, information system; recognized legal and evidentiary force on the basis of documents in electronic form; defined the requirements for an electronic signature as a means of confirming the authenticity and integrity of an electronic document[222].

The second level of legal regulation of relations in the field of electronic commerce is represented by the legal system of the European Union (hereinafter – the EU). In this direction, the EU today has some experience in rule-making. Since 1991, the EU has adopted a significant number of regulations aimed at creating conditions for the civilized functioning of the electronic market in the European space, firstly, respect for the fundamental rights, freedoms and legitimate interests of the subjects

---

[220] Velikomyslov YU. YA., Ravlik A. V. A guide to protecting your rights on the Internet. Allpravo.Ru. 2005. URL: http://allpravo.ru/library/doc2044p0/instrum4935/item4937.html

[221] Monashova O. Legal support of information and communication technologies (foreign experience). Law of Ukraine. 2006. № 3. P. 131–134.

[222] UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998. *United Nations publication*. URL: https://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450_Ebook.pdf

defined in the provisions of the European Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms[223]. Other acts include the Declaration on Global Electronic Commerce, approved by the Conference of Ministers of the World Trade Organization (WT/MIN(98)DEC/2); EU Directive "On electronic commerce" dated 08.06.2000; EU Directive "On the rules and taxation of Internet commerce" dated 01.04.2004; Resolution of the European Parliament on the safe use of the Internet and new online technologies dated 02.12.2004.

In this regard, Ukraine considers an important task to strengthen the confidence of business entities in e-commerce, working out mechanisms to protect consumers from possible fraud[224], the formation of an effective system of state control in this area of economic activity.

The third national level. The main domestic regulations governing trade relations in Ukraine include the Civil Code of Ukraine, the Commercial Code of Ukraine, the Laws of Ukraine "On Consumer Protection", "On Consumer Cooperation", "On Foreign Economic Activity", "About ensuring sanitary and epidemic wellbeing of the population", "On the quality and safety of food and food raw materials", DSTU 4303-2004 National Standard of Ukraine "Retail and wholesale trade", etc.

The main normative document in this area is the Law of Ukraine “On Electronic Commerce” № 675-VIII adopted in 2015. This law legitimizes the principles of e-commerce; interpretation of basic terms is given; introduced provisions on e-commerce participants and determined their legal status; the legal regime of the Law of Ukraine “On Consumer Protection” is extended to the buyer of products via the Internet; the rights and obligations of the parties are stated; requirements for information on trade objects are given; the procedure for concluding electronic transactions is regulated in detail; introduced provisions on the protection of personal data.

Legal relations in the field of use of Electronic Digital Signature (EDS) are regulated by the Law of Ukraine "On electronic trust services", dedicated to a separate block of public relations in the field of electronic

[223] European Convention on Human Rights and Fundamental Freedoms. *Official newsletter of Ukraine*. 1998. No. 13.

[224] Tochylin V., Ostapko T., Olefir V. Status and prospects of development of the domestic market of Ukraine. *Bulletin of Kyiv National University of Trade and Economics*. 2005. № 6. P. 5–12.

commerce. The Law of Ukraine “On Electronic Digital Signature” of May 22, 2003 expired on January 7, 2018 with the adoption of the Law of Ukraine “On Electronic Trust Services” № 2155 of October 5, 2017, which introduces the concept of “qualified electronic signature”, that replaced the concept of "electronic digital signature". According to the Law of Ukraine "On electronic trust services", a qualified electronic signature is an advanced electronic signature, which is created using a qualified electronic signature and is based on a qualified public key certificate;

In addition, the activity of buying and selling goods by online stores is regulated by the Constitution of Ukraine (right to entrepreneurial activity), Commercial and Civil Codes of Ukraine, Laws of Ukraine "On Consumer Protection", "On Advertising", "On Electronic Documents and Electronic Document Management", "On payment systems and funds transfer in Ukraine", "On financial services and state regulation of financial services markets", "On personal data protection", etc.

Other Laws of Ukraine and bylaws regulating the scope of application of certain elements of e-commerce in general include: the Law of Ukraine "On Information" dated 02.10.1992; Law of Ukraine "On Mandatory Copies of Documents" dated 09.04.1999; Law of Ukraine "On payment systems and money transfer in Ukraine" dated 05.04.2001; Law "On Telecommunications" dated 14.05.2003; Law of Ukraine "On electronic document and electronic document flow" dated 22.05.2003; Law of Ukraine "On the basic principles of information society development in Ukraine for 2007–2015" dated 09.01.2007

The main principles of legal regulation in the field of e-commerce, according to Law № 675-VIII, are the following:

– freedom of entrepreneurial activity with the use of information and telecommunication systems;

– freedom of choice of contractor, electronic means, types and forms of activity;

– freedom of competition and ensuring its integrity;

– freedom to make electronic transactions;

– equality and protection of the rights of participants in relations in the field of e-commerce;

– compliance with the law, rules of professional ethics, respect for the rights, freedoms, legitimate interests of the parties in the field of e-commerce;

– ensuring the proper quality of goods, works and services sold in the field of e-commerce;

– equality of legal force of electronic transactions and transactions concluded in another form provided by the legislation;

– providing access to information for all participants in the field of e-commerce;

– availability of commercial electronic messages and the possibility of restricting their receipt;

– compliance with the legislation on the state language.

7.4. Economic and contractual relations in the field of electronic commerce

According to Article 625 of the Civil Code of Ukraine, a contract is an agreement between two or more parties aimed at establishing, changing or terminating civil rights and obligations.

According to Part 1 of Article 181 of the Commercial Code of Ukraine, the economic agreement, as a rule, exists in the form of a single document signed by the parties.

It is allowed to conclude business agreements in a simplified form by exchanging letters, faxes, telegrams, telephonograms and other electronic means of communication, as well as by confirming acceptance of the order, unless the law establishes special rules on the form and procedure for concluding this type of agreement.

The concept of electronic contract is enshrined in paragraph 5 of Part 1 of Article 3 of the Law of Ukraine "On Electronic Commerce". An electronic contract is an agreement between two or more parties aimed at establishing, changing or terminating civil rights and obligations and executed in electronic form.

If the parties have agreed to enter into an agreement through information and telecommunications systems, it is considered concluded in writing. According to Article 207 of the Civil Code of Ukraine "a transaction is considered to be made in writing, if its content is recorded in one or more documents (including electronic), in letters, telegrams exchanged by the parties". In other words, the agreement concluded in electronic form is equated to paper. Regardless of how the contract is

concluded in electronic or traditional form, such contracts will be equivalent in meaning.

Electronic transaction – an action of a person aimed at the acquisition, change or termination of civil rights and obligations, carried out using information and telecommunications systems;

An act committed in electronic form can be called an electronic contract only if it meets the legal requirements. This helps protect consumer rights and encourages sellers to prepare offers carefully.

An electronic contract is concluded by offering to conclude (offer) it by one party and its acceptance by the other party.

The buy-back offer must contain the essential terms of the contract and express the intention of the bidder to consider itself obliged in case of its acceptance.

An electronic agreement is considered concluded from the moment the person who sent the offer to enter into such an agreement receives a response to the acceptance of this offer, which can be done by sending a commercial e-mail, posting an offer on the Internet or other information and telecommunications systems.

Regarding the procedure for concluding an electronic transaction, Law № 675-VIII establishes a list of information to be contained in an electronic transaction. In addition to the traditional essential conditions, the electronic contract may contain such information as:

– technology (procedure) for concluding a contract;

– procedure for making changes to the terms of the contract;

– method and procedure for accepting the proposal to enter into an electronic agreement (acceptance);

– method of exchanging information and electronic messages;

– technical means of identification of the parties;

– conditions for making and receiving paper copies of electronic documents;

– reference to the terms and conditions included in the contract by redirecting (sending) to another electronic document and the procedure for accessing such a document;

– method of storage and presentation of electronic documents, messages, other information in electronic form and conditions of access to them;

– the ability to choose the language used during the conclusion and execution of the contract.

The purpose of signing the contract is the need to identify the signatory, confirm the consent of the signatory to the terms of the contract, as well as confirm the integrity of the data in electronic form. Therefore, in the electronic form of the contract, it is necessary to sign it with an electronic signature. The Law on Electronic Trust Services stipulates that an electronic signature is electronic data that is added by the signatory to other electronic data or logically associated with them and used by him as a signature.

An electronic signature with a unique identifier is data in electronic form in the form of an alphanumeric sequence, which is attached to other electronic data by the person who accepted the offer (offer) to enter into an electronic agreement and sent to the other party to this agreement;

A qualified electronic signature has the same legal force as a handwritten signature and has a presumption of conformity to the handwritten signature. Therefore, an electronic signature or seal cannot be declared invalid and deprived of the possibility to be considered as evidence in court cases solely on the grounds that they have an electronic form or do not meet the requirements for a qualified electronic signature or seal.

The electronic signature has all the basic properties of a handwritten signature. A qualified electronic signature can be obtained from one of the Certificate authorities (CA).

Settlements in the field of e-commerce are carried out according to the laws of Ukraine "On Payment Systems and Funds Transfers in Ukraine", "On Financial Services and State Regulation of Financial Services Markets", other laws and regulations of the National Bank of Ukraine.

Settlements in the field of e-commerce may be made using payment instruments, electronic money, by money transfer or cash payment in compliance with the law on cash and non-cash payments, as well as in other ways provided by the legislation of Ukraine.

Methods, terms and procedure of settlements in the field of e-commerce are determined in the electronic contract taking into account the requirements of the legislation of Ukraine.

Articles 17–19 of Law № 675-VIII provide for the liability of participants in relations in the field of e-commerce, in particular, the parties to electronic transactions are liable for failure to fulfill their

obligations in the manner prescribed by law or contract. The provider of intermediate information services shall be liable for non-performance of its obligations in the manner prescribed by law or the relevant contract for the provision of these services. The intermediary service provider is responsible for ensuring the technical protection and control of information in the manner prescribed by law or the relevant agreement on the provision of such services. Disputes between participants in the field of e-commerce are resolved in the manner prescribed by law. Violation of e-commerce legislation entails liability established by law.

Discussion Questions: Self-Control

1. Describe the relationship between the concepts of "electronic trading" and "e-commerce".
2. Comment on the differences between the definition of e-commerce according to: 1) the Law "On electronic commerce", namely as economic activity in the field of e-sales, sale of goods remotely to the buyer by making electronic transactions using information and telecommunications systems and 2) World Trade Organization, according to which it is the organization of the process of commodity-money exchange in the form of purchase and sale on the basis of electronic technology.
3. What legislation regulates electronic trading and e-commerce?
4. Who does the law "On e-commerce" apply to?
5. What information should be posted on the website of the online store and what is the responsibility of the owner of the online store-business entity for failure to submit it?
6. Name the responsibilities of the seller of goods / works / services in the case of e-commerce.
7. Define the electronic contract and what essential conditions it must contain?
8. From what moment is an electronic contract considered concluded?
9. From what moment is the electronic contract signed?
10. Can an electronic contract be considered as an evidence during a trial?

TOPIC 8
LEGAL REGULATION OF FOREIGN TRADE

8.1. The concept of foreign trade and its organizational structure

Foreign trade in goods and services is part of international trade and is a specific form of exchange of goods and services between sellers and buyers of different countries.

Foreign trade consists of exports and imports.

Export (export of goods) – the sale of goods by Ukrainian subjects of foreign economic activity to foreign economic entities (including payment in non-monetary form) with or without export of these goods across the customs border of Ukraine, including re-export of goods. In this case, the term re-export (re-export of goods) means the sale to foreign economic entities and export outside Ukraine of goods that were previously imported into Ukraine (paragraph 10 of Article 1 of the Law of Ukraine "On Foreign Economic Activity").

Re-export is a customs regime according to which goods previously imported into the customs territory of Ukraine or into the territory of a free customs zone are exported outside the customs territory of Ukraine without payment of export duty and without measures of non-tariff regulation of foreign economic activity (Part 1 of Article 85 of the Customs Code of Ukraine).

Import (import of goods) – purchase (including non-monetary payment) by Ukrainian subjects of foreign economic activity from foreign economic entities of goods with or without import of these goods into the territory of Ukraine, including purchase of goods intended for own consumption institutions and organizations of Ukraine located outside it (paragraph 14 of Article 1 of the Law of Ukraine "On Foreign Economic Activity").

Re-import is a customs regime according to the latter goods that have been exported or processed for export outside the customs territory of Ukraine are released for free circulation in the customs territory of Ukraine with exemption from payment of customs duties established without the laws and regulations of Ukraine. measures of non-tariff regulation of foreign economic activity (Article 77 of the Customs Code of Ukraine).

The excess of exports over imports means that the state has an active trade balance.

The excess of imports over exports means a passive trade balance.

An active trade balance is a positive aspect of a country's foreign economic activity. However, it is not always an indicator of its economic well-being.

Foreign trade is usually characterized by three indicators:

– the volume of foreign trade turnover;

– commodity structure;

– geographical structure.

Foreign trade operations include:

– basic transactions (are contractual transactions for the purchase and sale of goods or exchange of goods (barter), in other words, these transactions are recorded in foreign trade agreements);

– ancillary operations (ensure the proper execution of major foreign trade operations). These include cargo transportation and forwarding operations; cargo insurance; financing of foreign trade operations; guaranteeing mutual obligations between importers and exporters; customs operations, etc.

8.2. Legal status of foreign trade participants

Foreign economic activity as a type of economic activity is carried out directly by its subjects. Foreign economic relations are formed between economic entities of different nationalities.

A characteristic feature of foreign economic activity is its subjective composition: the subjects of activity are counterparties located in different countries. The criterion for the location of the subject of foreign economic activity is the place of regular business transactions (main activity). In this case, the state (national) affiliation of the parties does not matter, which is emphasized in Article 1 (3) and Article 10 of the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods dated 11 April 1980. The latter directly regulates the conclusion of contracts of sale between goods between parties whose commercial enterprises are located in different states. Thus, the fundamental condition of belonging to the subject of foreign economic activity of the country should be noted the

interaction of the counterparty with a business entity that is a non-resident in relation to it.

Ukrainian legislation (Article 378 of the Commercial Code of Ukraine, Article 3 of the Law "On Foreign Economic Activity" defines the categories of subjects of foreign economic activity that are legitimized in Ukraine.

According to Article 3 of the Law of Ukraine "On Foreign Economic Activity", the subjects of foreign economic activity in Ukraine are:

1. Natural persons (citizens of Ukraine), foreign citizens and stateless persons who have civil legal capacity and legal capacity according to the laws of Ukraine and permanently reside on the territory of Ukraine.

2. Legal entities registered as such in Ukraine and having a permanent location on the territory of Ukraine (enterprises, organizations and associations of all types, including joint-stock and other types of companies, associations, unions, concerns, consortia, trading houses, intermediaries and consulting firms, cooperatives, credit and financial institutions, international associations, organizations and etc.), including legal entities, the property and / or capital of which is wholly owned by foreign economic entities.

3. Associations of individuals, legal entities, individuals and legal entities that are not legal entities under the laws of Ukraine, but which have a permanent location on the territory of Ukraine and which are not prohibited by the civil law of Ukraine to carry out economic activities.

4. Structural units of foreign economic entities that are not legal entities according to the laws of Ukraine (branches, offices, etc.), but have a permanent location in Ukraine.

5. Joint ventures with the participation of economic entities of Ukraine and foreign economic entities registered as such in Ukraine and having a permanent location in Ukraine.

6. Other subjects of economic activity provided by the laws of Ukraine. Ukraine in the person of its bodies, local authorities and administration in the person of foreign economic organizations created by them, participating in foreign economic activity, as well as other states participating in economic activity on the territory of Ukraine, act as legal entities under part four of Article 2 of the Law of Ukraine "On Foreign Economic Activity" and the laws of Ukraine.

8.3. Types and mechanisms of state regulation of foreign trade

Trade activity, like any other business activity, is largely regulated by the state. According to the degree of state intervention in international trade, a distinction is made between protectionist policy and free trade policy.

Free trade policy is characterized by minimal government intervention in foreign trade, in other words, trade develops on the basis of free market forces of supply and demand.

Protectionist policy is the protection of the domestic market from foreign competition through tariff and non-tariff trade policy instruments.

You can also select a moderate trade policy, which in certain proportions contains elements of the first two.

The degree of rigidity of state regulation of foreign trade is determined on the basis of the average level of the customs tariff and the average level and intensity of quantitative restrictions.

State regulation of foreign trade can be:

– unilateral (state regulation unilaterally without coordination or consultation with trading partners, usually unilateral measures are applied in response to similar steps by other countries and lead to political tensions between trading partners, imposition of customs duties on certain goods, the introduction of import quotas);

– bilateral, when trade policy measures are agreed between trading partner countries;

– multilateral, when trade policy is agreed and regulated by multilateral agreements (GATT/WTO, trade agreement of EU member states, etc.).

The state has different types and levers of influence on trade, creating a mechanism for its management. In foreign trade, the most important types of state regulation include customs and non-tariff regulation.

Customs and tariff regulation

Customs and tariff regulation belongs to the economic, tariff methods of state regulation of foreign economic activity, and is the main component of the regulation of this activity in any state.

Customs and tariff measures allow to solve a number of tasks, the priority of which depends on the customs policy of the state, the main of which are:

– protection of domestic producers from competition (including unfair) by foreign suppliers;

– stimulation of domestic production of finished products; increase in tax revenues.

Customs and tariff regulation in Ukraine is based on the following principles: exclusive jurisdiction of Ukraine in its customs territory; exclusive competence of the customs authorities of Ukraine to carry out customs affairs; legality; uniform procedure for movement of goods and vehicles across the customs border of Ukraine; systematicity; efficiency; observance of the rights and legally protected interests of individuals and legal entities; publicity and transparency.

The main elements of the system of customs and tariff regulation are: customs duties; customs tariff of Ukraine; customs value of goods; country of origin of goods.

Customs duty is a national tax established by the Tax and Customs Codes, laws of Ukraine and international agreements, the binding nature of which has been approved by the Verkhovna Rada of Ukraine (Article 271 of the Customs Code of Ukraine).

Customs duty – a monetary fee levied on the movement of goods across the customs border of the country.

Duties perform the following functions:

– fiscal, when introduced in order to obtain money for the state. This function applies to both import and export duties;

– protectionist, when introduced to reduce or eliminate imports in order to protect domestic producers from foreign competition;

– balancing, when introduced to prevent unwanted exports of goods whose domestic prices are lower than world prices.

There are the following types of duties:

According to the influence:

– nominal duties – are tariff rates determined by the customs tariff;

– real duty – is the real level of duty on final goods, which is calculated taking into account all the factors that affect the process of forming the customs tariff.

According to the direction of movement:

– export duty, which is charged on goods when they are exported outside the customs territory of the country;

– import duty, which is charged on goods when they are imported into the customs territory of the state.

According to accrual method:

– ad valorem tax (value), accrued as a percentage of the customs value of goods subject to customs duty;

– specific, which is accrued in the prescribed amount per unit of goods subject to customs duties;

– combined, combining both of these types of customs duties.

According to the principles of restriction:

– special duty, which is charged in the prescribed amount of money per unit of goods;

– anti-dumping duty applicable to the importation into the customs territory of the country of goods at a price significantly lower than in the country of export at the time of such export;

– a countervailing duty applicable to the importation into the customs territory of the country of goods the production or export of which has, directly or indirectly, benefited from a subsidy.

Validity:

– the fixed duty, which does not change depending on the time of application, is unchanged during the period of validity of the established rate of duty, most customs rates are constant;

– seasonal (import and export) duty, which is charged on seasonal goods for the operational regulation of international trade.

Originally:

– autonomous duties imposed on the basis of unilateral decisions of public authorities of the country;

– a conventional duty established on the basis of a bilateral or multilateral agreement with other states, or an agreement on the establishment of a Customs Union, may not be amended by a state unilaterally.

According to the types of customs rates:

– constant duty – are customs rates that are set by public authorities and cannot be changed depending on the circumstances;

– variable duty – are customs rates that may change under certain circumstances (when changing the level of world and domestic prices, the level of government subsidies).

One of the most common tools of customs tariff regulation, which covers the entire range of goods, is the customs tariff as a systematic list of duty rates. Duty rates are most often set for goods imported into the country, so customs tariffs combine import duty rates.

According to Article 1 of the Law of Ukraine "On Customs Tariff of Ukraine", the customs tariff of Ukraine is an integral part of this Law and contains a list of national tax rates – import duty on goods imported into the customs territory of Ukraine and systematized according to the Ukrainian Classification of Goods for Foreign Economic Activity (UKTZED), compiled on the basis of the Harmonized Commodity Description and Coding System.

The purpose of the customs tariff is:

– rationalization of the commodity structure of import of goods to Ukraine;

– maintaining a rational structure of imports and exports of goods, foreign exchange earnings and expenditures in Ukraine;

– creating conditions for progressive changes in the structure of production;

– protection of Ukraine’s economy from unfair foreign competition;

– providing conditions for the effective integration of Ukraine into the world economy.

The customs tariff must perform important functions for the state – regulatory (regulatory, stabilizing), fiscal, protective (protectionist), stimulating, political (trade and political), in particular:

– regulatory (stabilizing) – maintaining a rational structure of exports and imports and the optimal ratio of foreign exchange earnings and expenditures of the state, and, accordingly, applies to export and import duties;

– fiscal – is associated with the formation of the revenue side of the state budget, and applies to import, export and transit duties;

– protective (protectionist) – is implemented through the formation of barriers that prevent the entry of imported goods into the customs territory of the country, and applies to import duties;

– stimulating (balancing) – provides for the creation of preconditions for increasing the country’s exports and concerns export duties;

– political (trade-political) – is to exert economic influence on other states by creating customs barriers or, conversely, providing them with customs privileges, and applies to import duties.

The direction of work on increasing its efficiency in the customs and tariff mechanism for regulating foreign economic activity depends on the priority of one or another function.

Customs value is the main basis for calculating all payments made at customs.

The customs value of goods moving across the customs border of Ukraine is the value of goods used for customs purposes, which is based on the price actually paid or payable for these goods (Part 1 of Article 49 of the Customs Code of Ukraine).

The customs value of goods moving across the customs border of Ukraine is determined by the declarant according to Part 1 of Article 51 of the Customs Code of Ukraine.

Declarant is a person who independently carries out the declaration or on whose behalf the declaration is carried out (Part 8 of Article 4 of the Customs Code of Ukraine).

The customs value of goods and the method of its determination are declared to the customs authority by the declarant during the movement of goods across the customs border of Ukraine by submitting a declaration of customs value.

Declaration of customs value is a document of the prescribed form submitted by the declarant and containing information on the customs value of goods that move across the customs border of Ukraine or in respect of which the customs regime is changed (Part 9 of Article 4 of the Customs Code of Ukraine).

The procedure and conditions for declaring the customs value of goods moving across the customs border of Ukraine shall be established by the Cabinet of Ministers of Ukraine, and the procedure for filling in customs value declarations shall be established by the Customs Code of Ukraine.

The main method of determining the customs value is the method (paragraph 1 part 1 p. 57 of the Customs Code of Ukraine): at the price of the agreement (contract) on imported goods (transaction value) (in more detail see Article 58 of the Customs Code of Ukraine).

Minor methods (item 2 part 1 p. 57 of the Customs Code of Ukraine):

– at the price of the contract for identical goods (in more detail see Article 59 of the Customs Code of Ukraine);

– at the price of the agreement on similar (similar) goods (in more detail see Article 60 of the Customs Code of Ukraine);

– on the basis of deduction of value (in more detail see Article 62 of the Customs Code of Ukraine);

– on the basis of value added (calculated value) (in more detail see Article 63 of the Customs Code of Ukraine);

– reserve (in more detail see Article 64 of the Customs Code of Ukraine).

The Customs Code of Ukraine clearly defines the documents confirming the customs value of goods (Part 2 of Article 53), in particular:

1) a declaration of customs value submitted in the cases specified in parts five and six of Article 52 of this Code, and documents confirming the numerical values of the components of the customs value on the basis of which the customs value was calculated;

2) foreign trade agreement (contract) or a document that replaces it, and annexes to it, if any;

3) invoice or proforma invoice (if the goods are not the object of sale);

4) if the invoice is paid, – bank payment documents relating to the appraised goods;

5) if available – other payment and / or accounting documents confirming the value of the goods and containing the details necessary for the identification of the imported goods;

6) transport (transportation) documents, if under the terms of delivery transportation costs are not included in the cost of goods, as well as documents containing information about the cost of transportation of the goods being valued;

7) license for import of goods, if the import of goods is subject to licensing;

8) if insurance was provided, insurance documents, as well as documents containing information on the cost of insurance.

In Article 55 of the Customs Code of Ukraine states the grounds for adjusting the customs value of goods.

The customs value of goods imported into Ukraine according to customs regimes other than the import regime is the price of the goods indicated in the invoice or proforma invoice. Determination of the customs value of goods imported into the customs territory of Ukraine and placed in customs regimes other than the import regime (except for the customs transit regime) with customs duties is carried out according to Chapter 9 of the Customs Code of Ukraine.

The customs value of goods exported outside the customs territory of Ukraine is the price of the goods specified in the invoice or proforma invoice (Article 66 of the Customs Code of Ukraine).

The customs value of goods exported also includes actual costs, if they were not previously included in it:

a) for loading, unloading, reloading, transportation and insurance to the point of crossing the customs border of Ukraine;

b) commissions and brokerage fees;

c) license and other payments for the use of intellectual property rights, which the buyer must directly or indirectly make as a condition of sale (export) of the goods being valued.

The calculation of the customs value is carried out primarily on the basis of the transaction price, in other words, the invoice value of the goods.

Invoice value or contract value is the price of the goods stipulated in the contract and in the invoice.

The calculation of customs value is performed taking into account the terms of delivery of goods in accordance with the interpretation of the International Commercial Terms Incoterms (International Commercial Terms) based on what costs are included by the seller in the invoice and when they are made: before or after crossing the customs border.

The country of origin of goods is the country in which the goods were fully manufactured or subjected to sufficient processing in accordance with the criteria established by the Customs Code of Ukraine (Part 2 of Article 36 of the Code).

The country of origin of goods may mean a group of countries, customs unions of countries, region or part of the country, if it is necessary to separate them in order to determine the origin of goods (Part 3 of Article 36 of the Code).

Documents confirming the country of origin of goods (Article 43 of the Customs Code of Ukraine):

1. The documents confirming the country of origin of the goods are the certificate of origin of the goods, the certified declaration of origin of the goods, the declaration of origin of the goods, the certificate of the regional name of the goods.

2. The country of origin of the goods shall be declared to the customs authority by indicating the name of the country of origin of the goods and information on the documents confirming the origin of the goods in the customs declaration.

3. Certificate of origin is a document that clearly identifies the country of origin of the goods and issued by the competent authority of the country or country of export, if in the country of export the certificate is issued on the basis of a certificate issued by the competent authority in the country of origin.

4. In case of loss of the certificate, its officially certified duplicate is accepted.

5. Certified declaration of origin is a declaration of origin certified by a governmental organization or a competent authority with the appropriate authority.

6. Declaration of origin is a written statement of the country of origin of goods made in connection with the export of goods by the manufacturer, seller, exporter (supplier) or other competent person on a commercial invoice or any other document relating to the goods.

7. Certificate of regional designation of goods is a document certifying that the goods meet the definition specific to the region of the country and issued by the competent authority in accordance with the legislation of the country of export.

8. If there are discrepancies in the documents on the origin of the goods in the information on the country of origin of the goods or the customs authority establishes other information on the country of origin of the goods than those specified in the documents, the declarant or his authorized person has the right to provide additional information about the declared country of origin of the goods.

9. Additional information on the country of origin of goods is information contained in consignment notes, packing lists, shipping specifications, certificates (conformity, quality, phytosanitary, veterinary,

etc.), customs declaration of the exporting country, passports, technical documentation, conclusions-examinations of relevant authorities, other materials that can be used to confirm the country of origin of the goods.

10. Documents confirming the origin of the goods shall be kept in the manner and within the time limits specified in Article 355 of the Customs Code of Ukraine.

A certificate of origin is an official document that confirms the country in which the product was completely derived or subjected to sufficient processing. This document is usually required by the customs authorities of the importing country in order to implement tariff and non-tariff measures to regulate the import of goods into the customs territory of the country (for example, to calculate the appropriate import duty rate, including preferential in case of preferences).

In addition, certificates of origin are required in cases where it is provided by the relevant foreign trade contracts concluded by the parties, the national rules of the importing country, international agreements to which the exporting party and the importing party are parties.

In Ukraine, works on registration and certification of certificates of origin are performed by chambers of commerce according to the Law of Ukraine "On Chambers of Commerce and Industry" and the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On Designation of Chambers of Commerce".

Certificates of origin shall be drawn up in the language provided for by national legislation, international and interstate agreements. Certificates of origin must contain the information provided in the relevant columns of the certificate forms.

Forms of certificates of origin are made by printing in 3 copies: 1 original and 2 copies. The original has the following degrees of protection: "guilloche" grid of different colors (each type of certificate has its own color and numbering of each form, series and six digits located in the upper right corner of the form Forms of all forms of certificates of origin are produced centrally by the Ukrainian Chamber of Commerce and Industry.

Non-tariff regulation

There is currently no single classification of non-tariff barriers, but the most common is the classification of non-tariff barriers developed by the Secretariat of the General Agreement on Tariffs and Trade.

It includes five groups of regulators:

1) participation of the state in foreign trade measures (subsidizing the production and export of goods, the system of public procurement of goods, public trade in market economies);

2) customs, administrative import formalities (anti-dumping duty, methods of estimating the customs value of goods, customs and consular formalities, accompanying documents, product range of foreign economic activity);

3) standards and requirements related to health care, industry and safety (including industry standards, requirements for packaging and labeling of goods, sanitary and veterinary standards);

4) restrictions that are laid down in the payment mechanism (import deposits, border tax regime, sliding fees);

5) quantitative restrictions on imports and exports.

Existing non-tariff regulation measures can be divided into two main groups:

– direct measures of non-tariff regulation;

– indirect measures of non-tariff regulation.

Direct measures of non-tariff regulation are the quantitative restrictions set by the state on exports and imports of certain categories of goods.

Quantitative restrictions apply only on a non-discriminatory basis, in other words, no prohibitions or restrictions apply to Ukraine on the import of any goods into the territory of Ukraine or on the export of any goods destined for the territory of any state, unless imports of similar goods from all third countries to Ukraine or export to all third countries is similarly prohibited or restricted, unless otherwise provided by international treaties and legislation of Ukraine.

Quantitative restrictions include: quotas and licensing (Appendix E), "voluntary" export restrictions.

Quotas are quantitative limits on the amount of imports / exports through global (undistributed), individual (distributed), group, seasonal, tariff and other types of interest or cost restrictions (quotas).

Quotas are carried out in order to:

– elimination of trade and payment imbalances with individual countries; regulation of supply and demand in the domestic market;

– fulfillment of international obligations and reaching mutually beneficial agreements.

A quota is the establishment in value or physical terms of a certain volume of exports (imports) for a certain period (year, quarter, etc.).

A quota is a quantitative measure of limiting the export or import of goods by a certain amount or amount for a certain period of time.

A quota set at 0 means an embargo, in other words, a ban on imports or exports.

Quotas can be classified on various grounds.

Global quota – a quota that is set for goods without specifying the countries to which the goods (goods) are exported or from which they are imported.

Individual (distributed) quota – a quota that is set for the product (products) to determine the specific country to which the product can be exported or from which it can be imported. The general limit is distributed among the main exporting countries on the basis of the volume of supplies for the previous year.

Individual quotas can be autonomous and conventional.

Autonomous individual quotas are set independently by the importing country without the consent of the exporting country. In this case, the exporting country is not able to effectively control the sampling of this quota.

Conventional individual quotas are fixed in the framework of a trade agreement between the importing and exporting countries; the size of the quota is largely determined by the counter-obligations of the importing State to import the quota goods, and the exporting State has the power to control the use of the quota allocated to it.

Group quotas – quotas that are set for goods (goods) with the definition of the group of countries to which the goods (goods) are exported or from which it (they) are imported.

Import quotas – the maximum amount of a certain category of goods that is allowed to import into the country for a specified period and which is determined in physical or value units.

Export quotas – the maximum amount of a certain category of goods that is allowed to be exported from the country for a specified period and which is determined in physical and value units.

Seasonal quotas are set for a strictly defined period of the calendar year (usually 3 months) and are traditionally applied to agricultural goods.

Tariff quotas – setting the amount of goods that are allowed to be imported or exported at a special, lower tariff rate for a certain period of time. These quotas are more likely to fall into the category of quantitative non-tariff restrictions, although they are directly related to duties.

Special types of quotas include:

– anti-dumping quotas – the maximum volume of imports into the country of a particular product (goods), which is the subject of anti-dumping investigation and / or anti-dumping measures, which is allowed to import into the country within a specified period and is determined in physical and / or value units;

– Compensation quotas – the maximum volume of imports into the country of a particular product (products), which is the subject of anti-subsidy investigation and / or countervailing measures, which is allowed to import into the country within a specified period and which is determined in physical and / or value units.

Quotas are carried out by government agencies on the basis of licenses.

Licensing of exports and imports involves the issuance by the state of the importer or exporter through a specially authorized state body of a permit (license) for the import or export of certain listed goods within a specified period. The license may also establish the procedure for importing or exporting goods.

Licensing serves two purposes:

– quantitative regulation of trade – when quotas are issued with the issuance of licenses, and at a certain point in time their issuance ceases. In this case, licensing is an integral part of the quota: the license is only a document confirming the right to import or export goods within the received quota;

– control over imports and exports.

In this case, it is an independent tool of state regulation.

Classification of the main types of licenses.

Open license (individual) – permission to export (import) goods for a certain period of time (but not less than one month) with the definition of its total volume.

General license – an open permit for export (import) transactions for a particular product (products) and / or with a specific country (group of

countries) during the period of the licensing regime for this product (products).

Export license (import) – a properly executed right to export (import) for a specified period of certain goods or foreign currency for investment and lending.

One-time (individual) license – a one-time permit that has a nominal nature and is issued for each individual transaction by a specific subject of foreign economic activity for a period not less than that required for the export (import) operation.

Global license – a permit to import / export a specific product without restriction on quantity or value to any country for a specified period.

"Voluntary" export restriction is a quantitative restriction on exports based on the obligation of one of the trading partners to limit (or not expand) the volume of exports, adopted under an intergovernmental agreement on the establishment of quotas for the export of goods.

Together with these means of administrative regulation of foreign economic activity, which refer to direct restrictions on the import of goods, developed countries widely use a whole system of measures of indirect restrictions or indirect protectionism.

Indirect non-tariff regulation measures include:

– technical barriers;

– internal taxes and fees;

– public procurement;

– requirements for the content of local components.

Technical barriers include national quality standards, economic requirements, sanitary restrictions, requirements for packaging and labeling of goods, requirements for compliance with complicated customs formalities, consumer protection laws, etc.

Technical barriers arise as a result of national technical and administrative regulations preventing the importation of goods from abroad. This occurs in the case of non-compliance of imported goods with mandatory quality, health and safety standards applicable to similar domestic goods, non-compliance of agricultural products with sanitary and phytosanitary standards used to prevent the import of pests and diseases not prevalent in this country.

Technical barriers include means that hinder trade between states, including:

– national standards and requirements, product certification systems;

– sanitary, phytosanitary, veterinary norms and requirements;

– environmental requirements;

– specific requirements for packaging and labeling of goods, etc.

Financial methods of regulation. The purpose of financing, as a method of regulating foreign trade, in particular, the expansion of exports, is to discriminate against foreign companies in favor of domestic producers and exporters on the basis of reducing the value of exported goods and increasing their competitiveness in the world market.

Exports are financed from the following sources:

– state budget;

– banks;

– funds;

– at the expense of the exporters and their servicing banks.

The main financial methods of trade policy include:

– dumping;

– subsidies.

Dumping is the export of goods at prices below cost, or at least at a price lower than in the domestic market. Thus, dumping is a form of international price discrimination.

There are several types of dumping, which differ in the method of discriminatory price, sources of compensation for damage to the exporter, motives and timing.

Sporadic dumping is the occasional sale of unexpected surplus goods on the world market at lower prices than on the domestic market.

Constant dumping is the long-term sale of goods on the world market at a lower price than on the domestic market.

Predatory (deliberate) dumping is a temporary intentional reduction of export prices in order to oust competitors from the market and the subsequent establishment of monopoly prices.

Subsidies. Depending on the nature of payments, there are direct and indirect subsidies.

Direct subsidies are direct payments to the exporter after the export operation, equal to the difference between his costs and income. Direct

subsidies are contrary to international agreements and are prohibited by the World Trade Organization.

Indirect subsidies are hidden subsidies to exporters through the provision of tax benefits, preferential insurance conditions, refunds of import duties, etc.

There are domestic and export subsidies.

Domestic subsidies are budgetary financing of domestic production of goods that compete with imported ones. They are considered one of the most disguised financial instruments of trade policy, as well as the best method of restricting imports compared to the import tariff and quota, because they do not distort domestic prices and provide less loss for the country.

Export subsidies are budgetary financing of national exporters, which allows them to sell goods to foreign buyers at a lower price than in the domestic market, and thus stimulate exports.

Public procurement (Article 21 of the Law of Ukraine "On Foreign Economic Activity"). Public procurement policy is a covert means of trade policy that requires government agencies and enterprises to buy certain goods only from domestic enterprises, even though these goods may be more expensive than imported ones.

State governing bodies of Ukraine and local Councils of People's Deputies of Ukraine have the right to place, as a rule, on a competitive basis state orders for the production, export and import of goods among the subjects of foreign economic activity.

Subjects of foreign economic activity accept state orders exclusively on a voluntary basis on the terms and to the extent determined by civil law agreements (contracts) concluded between these entities and the state customer.

Foreign business entities enjoy equal rights and must bear equal responsibilities with the subjects of foreign economic activity of Ukraine in the event of a tender for the placement of a state order.

The requirement for the content of local components is a hidden means of trade policy of the state, which legally establishes the share in the final product, which must be produced by a national producer, if such a product is intended for sale on the domestic market.

8.4. The structure and content of the international agreement (contract) of sale. Incoterms 2020 rules for international trade

The contract of international purchase and sale of goods – the most widely used type of agreement in foreign economic relations. On its basis, export and import operations are carried out, the number and volume of which increase with the development of economic cooperation of economic entities of different countries.

Features of the contract of international sale are related to its subject composition – participation in the contract of foreign legal entities or individuals, movement of goods across state (customs) borders, use as a means of payment currency that is foreign to both or at least one from the parties.

In the practice of international trade, the following sources of legal regulation of international sales are used: the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods (1980); United Nations Convention on the Limitation of Claims in the International Sale of Goods (1974); United Nations Convention on the Law Applicable to Contracts for the International Sale of Goods (1985), etc.

In Ukraine, the main special act that regulates the legal relationship under study is the Law of Ukraine "On Foreign Economic Activity", Article 1 of which defines the general foreign economic agreement (contract). Among other normative legal acts, which determine the legal relations of purchase and sale (supply), are the Civil Code of Ukraine and the Commercial Codes of Ukraine. However, they do not define the contract of international sale.

According to Article 655 of the Civil code of Ukraine under the contract of sale one party (seller) transfers or undertakes to transfer property (goods) in property to other party (buyer), and the buyer accepts or undertakes to accept property (goods) and to pay for it a certain money amount.

According to part 1 of Article 265 of the Commercial code of Ukraine under the contract of delivery one party – the supplier undertakes to transfer (deliver) in the stipulated terms (term) to the other party – the buyer goods, and the buyer undertakes to accept the specified goods and to pay for it certain money amount.

An international sales contract (agreement) is an agreement that records in writing the commercial relationship between the subjects of different citizenship and defines the rights and obligations of the parties.

The contract of international sale is bilateral, as the rights and obligations under the contract have both parties: the seller undertakes to transfer ownership of certain property to the buyer and has the right to demand payment of the amount stipulated in the contract; the buyer has the right to demand the transfer of the purchased property to him, if the seller evades the transfer of the sold thing. The bilateral nature of the contract of sale also determines the interdependence of the obligations of the parties.

The contract of international sale is payable, because when purchasing the goods in the property, the buyer pays the seller the price of the goods stipulated in the contract.

The contract of international sale is also consensual: the rights and obligations in it arise from the parties immediately from the moment of reaching an agreement on all the terms of the contract.

Features inherent in this category of contracts:

1) an agreement of international purchase and sale of goods is an agreement of subjects of private international law aimed at establishing, changing and terminating the rights and obligations in the field of international purchase and sale of goods;

2) the commercial nature of the actions of subjects of private international law in the field of international purchase and sale of goods;

3) commercial enterprises of the subjects of contractual relations for the international purchase and sale of goods, at the time of the contract are in different states.

The contract of international sale is characterized by the following features:

– one of the counterparties to the agreement is a legal or natural person of a foreign state (non-resident) or a resident of Ukraine who has a commercial organization abroad;

– the goods are located on the territory of a foreign state;

– when performing the contract, the goods, as a rule, cross the customs border of one or more foreign states.

Usually the contract contains the introductory part, details of the parties (legal address and bank details) and the following basic conditions:

– subject and deliveries (name and quantity of goods);

– ways to determine the quality and quantity of goods;
– term and place of delivery;
– basic terms of delivery;
– price of goods and total cost of delivery;
– terms of payment;
– the order of delivery-acceptance of the goods;
– conditions of transportation;
– conditions on guarantees and sanctions;
– dispute resolution procedure;
– circumstances of release from liability (force majeure).

The contract of international sale according to the Civil Code of Ukraine is concluded in a simple written form.

Note that the The United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG) 1980 does not require the conclusion of a contract in writing.

National (domestic) legislation regulates international sales contracts in the following cases:

1) with the consent of the parties enjoying the autonomy of will in choosing the right to be applied to their relationship. Such a right may be the national law of one of the contracting parties, and the law of a third country may be chosen;

2) on a subsidiary basis in the absence or insufficiently complete settlement of certain issues in an international agreement governing their relations;

3) when the parties to the agreement are in states that do not participate in international agreements governing foreign trade agreements, and the agreement does not contain an agreement on applicable law.

In the third case, and often in the second, the applicable law is determined by the court, resolving the dispute on the basis of conflicting rules.

The conclusion of an agreement under the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods dated April 11, 1980 (Vienna Convention) must take place in two main stages:

– offer to enter into an agreement (offer);
– acceptance of the offer (acceptance).

The offer must meet two requirements: contain all the essential clauses of the future contract and be addressed to a specific person or an

indefinite number of persons, subject to the possible individualization of one or more of them who wish to accept the offer. In the latter case, there is a so-called public offer, which is widely used in trade and other areas of service. If one of these requirements is not met, there is no proposal to enter into an agreement.

The offer comes into force when it is received by the addressee of the offer. An offer, even if it is irrevocable, may be canceled by the bidder if the cancellation notice is received by the offeree before or at the same time as the offer. Until the contract is concluded, the offer may be revoked by the bidder, if the notice of revocation is received by the addressee of the offer before sending the acceptance.

Offer cannot be revoked:

– if the offer states due to the establishment of a certain period of acceptance or otherwise that it is irrevocable;

– if it was expedient for the addressee of the offer to consider the offer as irrevocable and the addressee of the offer acted accordingly.

The offer, even if it is irrevocable, becomes invalid after the bidder receives notification of rejection of the offer.

The statement or other behavior of the addressee of the offer, which indicates agreement with the offer, is acceptance.

Silence or inaction is not in itself an acceptance.

Acceptance of the offer comes into force from the moment when the specified consent is received by the bidder.

The contract is considered concluded if the two parties – the exporter and the importer have agreed in the trade agreement on all its essential terms.

According to the legislation of most countries, the place of acceptance of the contract is considered to be the place of receipt of acceptance, but in "common law" countries there is a so-called "mailbox theory", according to which the place of conclusion of the contract is the country from which acceptance is sent.

When carrying out foreign economic transactions related to the purchase and sale of goods, the subjects of foreign economic activity may face a chain of uncertainties, due to the different interpretation of the goods by the counterparties, namely the obligations and obligations of the contracting authority. destination. This may be due to differences in rules and customs that exist in different countries around the world.

These issues can be resolved only by counterparties using a single set of international rules for unambiguous interpretation of terms used in foreign trade. To this end, in 1936, the first edition of the International Rules for the Interpretation of Trade Terms (edited by Incoterms – 1936) of the International Chamber of Commerce was published. These rules are constantly amended and supplemented by the International Chamber of Commerce (1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000, 2010, 2020).

The Incoterms 2020 rules are based on the seller's obligation to deliver, or rather, distribute responsibilities between the seller and the buyer.

Application of the specified rules in foreign economic agreements (contracts) at definition of conditions of delivery of the goods allows to exclude different interpretation by the enterprises-contractors of the obligations concerning delivery of the goods from the seller to the buyer. The terms of delivery determine the seller's obligations to deliver the goods to the specified place and determine the moment of transfer of the risk of accidental loss or damage to the goods. Incoterms applies exclusively to the relationship between the seller and the buyer under the sale and purchase agreements.

Each rule of Incoterms 2020 contains 2 sections of 10 articles:

A1 / B1: General responsibilities.

A2 / B2: Delivery.

A3 / B3: Transfer of risks.

A4 / B4: Transportation.

A5 / B5: Insurance.

A6 / B6: Transport and transport documents.

A7 / B7: Customs clearance of export / import.

A8 / B8: Inspection / packaging / labeling.

A9 / B9: Allocation of expenditures.

A10 / B10: Message.

Section "A" specifies the responsibilities of the seller, and section "B" specifies the responsibilities of the buyer.

The Incoterms 2020 rules take into account situations where you can use your own transport to deliver goods or enter into a contract of carriage.

For the terms of delivery of CIP Incoterms 2020, the seller is obliged to insure the goods against all risks with the maximum insurance coverage and the sum insured of at least 110 % of the value of the goods. The parties may agree in the contract for a lower level of insurance coverage, if they wish.

Note that the delivery condition of CIF Incoterms 2020 is usually used for sea transportation of goods in bulk (raw materials, minerals, etc.). The cost per kilogram of which is very low, and the requirement of insurance with maximum coverage would significantly increase the final price of the goods.

The delivery condition of CIP Incoterms 2020 is a multimodal term often used to deliver industrial goods that may require a higher level of insurance coverage.

The terms of delivery of CIF Incoterms 2020 (Cost Insurance and Freight) and the terms of delivery of CIP Incoterms 2020 (Carriage and Insurance Paid To) are two Incoterms rules that oblige the seller to purchase insurance for the buyer's benefit for the export of goods.

Group "E" – Departure.

EXW: Ex Works (… place name).

Group "F" – Basic transportation is not paid.

FCA: Free Carrier (… destination name).

FAS: Free Alongside Ship (… name of port of shipment).

FOB: Free On board (… name of port of shipment).

Group "C" – Basic transportation is not paid.

CFR: Cost and Freight (… destination port name).

CIF: Cost Insurance and Freight (… name of port of destination).

CPT: Carriage Paid To (… name of destination).

CIP: Carriage and Insurance Paid To (… name of destination).

Group "D" – Arrival.

DAF: Delivered at Frontier (… name of delivery point).

DES: Delivered Ex Ship (… destination port name).

DEQ: Delivered Ex Quay (… destination port name).

DDU: Deliver Duty Unpaid (… destination name).

DDP: Delivered Duty Paid (… name of destination).

Security requirements. Transport safety is a new rule (for example: mandatory inspection of containers). Article A4/B4 ("Transport") of each Incoterms rule now requires the seller, where applicable, to comply with

any transport safety requirements at the point of delivery and / or to provide the buyer with any information that concerns the safety requirements related to transport, which are necessary for the buyer to organize transportation.

Article A7/B7 (“Import and export customs clearance”) of each Incoterms rule, where applicable, requires the seller to complete any security-related formalities at the time of export clearance and to assist the buyer in obtaining any documents or information required for compliance with customs formalities related to import or transit. Transport security costs have also become more prominent in a separate list of expenditure commitments under Articles A9/B9 of each Incoterms rule.

It should be noted that the references to "security" in Incoterms 2020 are general, there is no specific reference to cybersecurity or other forms of security.

Structurally, Incoterms 2020 looks like this: eleven three-letter abbreviations ranging from "EXW" (Ex-Works) to "DDP" (Delivered Duty Paid), which are still divided into 2 categories depending on the mode of transport (table 6).

Table 6

Incoterms 2020 rules*

INCOTERMS 2020 RULES FOR ANY KIND OF TRANSPORT	INCOTERMS 2020 RULES FOR SEA AND INLAND WATERWAY TRANSPORT
EXW – «Ex Works» FCA – «Free Carrier». CPT – «Carriage Paid To». CIP – «Carriage and Insurance Paid To». DPU – «Delivered at Place Unloaded». DAP – «Delivered at Place». DDP – «Delivered Duty Paid».	FAS – «Free Alongside Ship». FOB – «Free On Board». CFR – «Cost and Freight». CIF – «Cost Insurance and Freight».

** Source: formed on the basis of URL: https://anvay.ru/incoterms-2020 (access date: 22.01.2021).*

Discussion Questions: Self-Control

1. Describe the concepts of "international trade", "foreign trade", "interstate trade".
2. Describe the concept of foreign trade policy and its main objectives.
3. Explain the geographical and commodity structure of foreign trade.
4. Name and describe the types and mechanism of state regulation of foreign trade.
5. Name the tariff instruments for regulating foreign trade.
6. Name non-tariff instruments for regulating foreign trade.
7. Describe the international transportation and rules of Incoterms 2020.
8. Name the rules of Incoterms 2020 for international sales contracts.
9. Describe the foreign trade of the regions.
10. Discover the features and problems of competitiveness of Ukrainian goods.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основні

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/254к/96-вр #Text

2. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/436-15#Text

3. Земельний кодекс України: Закон України від 25.10.2001 № 2768-III // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/2768-14#Text

4. Кодекс України про адміністративні правопорушення: Закон України від 07.12.1984 № 8073-X // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#n1326

5. Митний кодекс України: Закон України від 13.03.2012 № 495-VI // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/4495-17#Text

6. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text

7. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 435-IV // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text

8. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23.12.1993 № 3792-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text

9. Про антидопінговий контроль у спорті: Закон України від 07.02.2017 № 1835-VIII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1835-19#Text

10. Про Антимонопольний комітет України: Закон України від 26.11.1993 № 3659-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12#Text

11. Про ветеринарну медицину: Закон України від 25.06.1992 № 2498-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2498-12#Text

12. Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів: Закон України від 19.12.1995 № 481/95-ВР // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/481/95-вр#Text

13. Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції: Закон України від 02.12.2010 № 2735-VI // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1314-18#Text

14. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань: Закон України від 15.05.2003 № 755-IV // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text

15. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.1992 № 2782-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.-gov.ua/laws/show/ 2782-12#Text

16. Про економічну самостійність Української РСР: Закон УРСР від 03.08.1990 № 142-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142-12#Text

17. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text

18. Про заставу: Закон України від 02.10.1992 № 2654-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://-zakon.rada.gov.ua/laws/show/2654-12#Text

19. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 06.07.1995 № 265/95-ВР // БД «Законодавство України» / ВР України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-вр#Text

20. Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну: Закон України від 22.12.98 № 332-XIV // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua-/laws/ show/332-14#Text

21. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр#Text

22. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 № 2210-III // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text

23. Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту: Закон України від 22.12.98 № 330–XIV // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://-zakon.rada.gov.ua/laws/show/330-14#Text

24. Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту: Закон України від 22.12.98 № 331-XIV // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/331-14#Text

25. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text

26. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text

27. Про інформацію: Закон України від 02.10.2002 № 2657-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text

28. Про лікарські засоби: Закон України від 04.04.1996 № 123/96-ВР // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123/96-%D0%B2%D1%80#Text

29. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України від 02.03.2015 № 222-VIII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text

30. Про метрологію та метрологічну діяльність: Закон України від 05.06.2014 № 1314-VII// БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1314-18#Text

31. Про Митний тариф України: Закон України від 19.09.2013 № 584-VII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/584-18#Text

32. Про недержавне пенсійне забезпечення: Закон України від 09.07.2003 № 1057-IV// БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1057-15#Text

33. Про обіг в Україні наркотичних засобів, їх аналогів і прекурсорів: Закон України від 08.07.1999 № 863-XIV // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.-gov.ua/laws/show/863-14#Text

34. Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності: Закон України від 18.02.1992 № 2132-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2132-12#Text (втратив чинність).

35. Про оптові ринки сільськогосподарської продукції: Закон України від 25.06.2009 № 1561-VI // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/1561-17#Text

36. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності: Закон України від 05.04.2007 № 877-V // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/877-16#Text

37. Про правонаступництво України: Закон України від 12.09.1991 № 1543-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1543-12#Text

38. Про приватизацію державного і комунального майна: Закон України від 18.01.2018 № 2269-VIII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2269-19#Text

39. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text

40. Про телебачення та радіомовлення: Закон України від 21.12.1993 № 3759-XII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text

41. Про ціни і ціноутворення: Закон України від 21.06.2012 № 5007-VI // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text

42. Конвенція Організації Об'єднаних Націй про договори міжнародної купівлі-продажу товарів від 11.04.1980 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_003#Text

43. Національний класифікатор України: Класифікатор професій України ДК 003:2010 від 28.07.2010 № 327 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text

44. Порядок здійснення оптової та роздрібної торгівлі транспортними засобами та їх складовими частинами, що мають ідентифікаційні номери: постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2009 № 1200 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1200-2009-п#Text

45. Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів: постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 № 833 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-п#Text

46. Правила побутового обслуговування населення: постанова Кабінету Міністрів України від 16.05.1994 № 313 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/313-94-п#Text

47. Правила роздрібної торгівлі нафтопродуктами: постанова Кабінету Міністрів України від 20.12.1997 № 1442 //

БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1442-97-п#Text

48. Правила роздрібної торгівлі та надання послуг з постачання скрапленого вуглеводневого газу для побутових потреб населення та інших споживачів: постанова Кабінету Міністрів України від 20.11.2003 № 1790 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1790-2003-п#Text

49. Правила роздрібної торгівлі, прокату примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних: постанова Кабінету Міністрів України від 04.11.1997 № 1209 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1209-97-п#Text

50. Правила торгівлі дорогоцінними металами (крім банківських металів) і дорогоцінним камінням, дорогоцінним камінням органогенного утворення та напівдорогоцінним камінням у сирому та обробленому вигляді і виробами з них, що належать суб'єктам господарювання на праві власності: постанова Кабінету Міністрів України від 04.06.1998 № 802 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/802-98-п#Text

51. Правила торгівлі у розстрочку фізичним особам: постанова Кабінету Міністрів України від 30.03.2011 № 383 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/383-2011-п#Text

52. Про державну реєстрацію друкованих ЗМІ, інформаційних агентств та розміри реєстраційних зборів: постанова Кабінету Міністрів України від 17.11.1997 № 1287 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1287-97-%D0%BF#Text

53. Про деякі питання захисту права споживачів (користувачів) щодо безпечності нехарчової продукції: постанова Кабінету Міністрів України від 26.12.2016 № 1400 // БД «Законодавство

України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1400-2011-%D0%BF#Text

54. Про запровадження аукціонів з продажу нафти, газового конденсату, природного, скрапленого газу та вугілля: постанова Кабінету Міністрів України від 04.04.2000 № 599 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/599-2000-%D0%BF#Text (втратив чинність).

55. Про затвердження переліку видів продукції, щодо яких органи державного ринкового нагляду здійснюють державний ринковий нагляд: постанова Кабінету Міністрів України від 28.12.2016 № 1069 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1069-2016-%D0%BF#Text

56. Про затвердження Положення про порядок проведення аукціонів (публічних торгів) з реалізації заставленого майна: постанова Кабінету Міністрів України від 22.12.1997 № 1448 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1448-97-%D0%BF#Text

57. Про затвердження Порядку відчуження об'єктів державної власності: постанова Кабінету Міністрів України від 06.06.2007 № 803 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2007-%D0%BF#Text

58. Про затвердження Порядку організації митних аукціонів, реалізації товарів і транспортних засобів на митних аукціонах, товарних біржах або через підприємства торгівлі, а також розпорядження окремими видами товарів, що не підлягають реалізації: постанова Кабінету Міністрів України від 26.04.2003 № 607 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/607-2003-%D0%BF#Text (втратив чинність).

59. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів: постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 № 833 // БД «Законодавство України» / ВР України.

URL: https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text

60. Про затвердження Порядку продажу у 2010 році земельних ділянок несільськогосподарського призначення на земельних торгах: постанова Кабінету Міністрів України від 02.09.2010 № 805 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/805-2010-%D0%BF#Text

61. Про затвердження Порядку реєстрації зовнішньоекономічних контрактів (договорів) на здійснення експорт них операцій з металобрухтом: постанова Кабінету Міністрів України від 15.02.2002 № 155 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/155-2002-%D0%BF#Text (втратив чинність).

62. Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами: постанова Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 № 2067 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2067-2003-%D0%BF#Text

63. Про оптові продовольчі ринки: постанова Кабінету Міністрів України від 09.06.1999 № 997 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/997-99-%D0%BF#Text

64. Про організацію та проведення біржових аукціонів з продажу нафти сирої, газового конденсату власного видобутку: постанова Кабінету Міністрів України від 16.10.2014 № 570 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/570-2014-%D0%BF#Text

65. Про порядок забезпечення природним газом народного господарства і населення у 1999 році: постанова Кабінету Міністрів України від 15.12.1998 № 1978 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1978-98-%D0%BF#Text

66. Про типові платіжні умови зовнішньоекономічних договорів (контрактів) і типові форми захисних застережень до

зовнішньоекономічних договорів (контрактів), які передбачають розрахунки в іноземній валюті: постанови Кабінету Міністрів України і Національного банку України від 21.06.1995 № 444 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/444-95-%D0%BF#Text

67. Тимчасові правила проведення валютних аукціонів Національного банку України: постанова Національного банку України від 03.03.1994 № 7-94 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v8-94500-94#Text

68. Інструкція про порядок заповнення картки реєстрації-обліку зовнішньоекономічного договору (контракту): наказ Мінекономіки від 15.12.2005 № 505 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0006-06#Text (втратив чинність).

69. Інструкція про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібної торгівлі та закладах ресторанного господарства: наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 04.01.1997 № 2 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0004-97 #Text

70. Порядок проведення аукціонів з продажу майна платника податків, яке перебуває у податковій заставі: наказ Міністерства Фінансів України від 22.05.2017 № 518 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.-gov.ua/laws/show/z0748-17#Text

71. Правила комісійної торгівлі непродовольчими товарами: наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків України від 13.03.1995 № 37 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0079-95#Text

72. Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями: наказ Міністерства економіки України від 19.04.2007 № 103 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1181-07#Text

73. Правила роботи дрібнороздрібної торговельної мережі: наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 08.07.1996 № 369 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0372-96#Text

74. Правила роздрібної торгівлі картоплею та плодоовочевою продукцією: наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків України від 08.07.1997 № 344 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0353-97#Text

75. Правила роздрібної торгівлі непродовольчими товарами: наказ Міністерства економіки України від 19.04.2007 № 104 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.-gov.ua/laws/show/z1257-07#Text

76. Правила роздрібної торгівлі продовольчими товарами: наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 11.07.2003 № 185 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03#Text

77. Правила роздрібної торгівлі тютюновими виробами: наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 № 218 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0679-02#Text

78. Правила торгівлі антикварними речами: наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України та Міністерства культури і мистецтв України від 29.12.2001 № 322/795 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0058-02#Text

79. Правила торгівлі на ринках: наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, Міністерства внутрішніх справ України, Державної податкової адміністрації України, Державного комітету стандартизації, метрології та сертифікації України від 26.02.2002 № 57/188/84/105 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.-gov.ua/laws/show/z0288-02#Text

80. Про затвердження Переліку товарів, експорт яких здійснюється за умови реєстрації зовнішньоекономічних договорів (контрактів): наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 11.07.2002 № 207 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://-zakon.rada.gov.ua/rada/show/v2547342-02#Text

81. Про затвердження Положення про комісію з питань надання юридичній особі статусу оптового ринку сільськогосподарської продукції Міністерства аграрної політики та продовольства України: наказ Міністерство аграрної політики та продовольства України від 19.06.2019 № 333 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0775-19#Text

82. Про затвердження Положення про організацію та проведення аукціонів живої худоби та птиці: наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 05.06.2002 № 153/44 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0653-02#Text

83. Про затвердження Положення про умови і порядок проведення конкурсів з визначення організаторів аукціонів по відчуженню об'єктів державної власності: наказ Фонду державного майна України від 02.08.2010 № 1127 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0761-10#Text

84. Про затвердження Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів): наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 06.09.2001 № 201 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0833-01#Text (втратив чинність).

85. Про затвердження Порядку виконання митних формальностей при здійсненні митного оформлення товарів із застосуванням митної декларації на бланку єдиного адміністративного документа: наказ Міністерства фінансів України від

30.05.2012 № 631 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1360-12#Text

86. Про затвердження Порядку організації проведення аукціонів у провадженні у справах про банкрутство та вимоги до їх організаторів стосовно майна державних підприємств, які належать до сфери управління МЗС України: наказ Міністерства закордонних справ України від 02.09.2014 № 368 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1135-14#Text (втратив чинність).

87. Про затвердження Порядку оформлення, вручення (надсилання) приписів у разі виявлення порушень земельного законодавства: наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 19.02.2013 № 104 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0373-13#Text (втратив чинність).

88. Про затвердження Порядку проведення електронних аукціонів з розподілу пропускної спроможності міждержавних електричних мереж: ностанова Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері енергетики та комунальних послуг України від 12.02.2015 № 176 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1668-14#Text (втратив чинність).

89. Про проведення експерименту із запровадження порядку реалізації арештованого майна шляхом проведення електронних торгів: наказ Міністерства юстиції України від 16.04.2014 № 655/5 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0427-14#Text (втратив чинність).

Допоміжні

1. Александров Ю. Л. Экономика товарного обращения: в 2 ч. Красноярск: Красноярский гос. торгово-экономический ин-т, 1999. 181 с.

2. Алексеев С. С. Теория права: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: БЕК, 1995. 350 с.

3. Алябишев М. С. Види аукціонів у цивільному і господарському праві. *Актуальні проблеми сучасної науки в дослідженнях молодих учених*: зб. наук. праць. Сімферополь, 2005. Вип. 7. С. 49–56.

4. Алябишев М. С. Особливості укладання договорів на аукціоні: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.03 / М. С. Алябишев; АПрНУкраїни, НДІ приватного права і підприємництва. К., 2009. 17 с.

5. Алябишев М. С. Понятійний апарат – засіб єдності правороз уміння при регулюванні діяльності аукціонів. *Актуальні проблеми цивільного права та процесу*: матеріали наук.-практ. конф., присвяченої пам'яті професора О.А. Пушкіна. Харків, 2005. С. 14–16.

6. Алябышев М. С. Аукцион и конкурс: общее и отличительное. *Актуальні проблеми цивільного права та процесу:* матеріали наук.-практ. конф., присвяченої пам'яті професора О. А. Пушкіна. Харків, 2006. С. 9–11.

7. Анненков К. Н. Система русского гражданского права. Т. IV: Отдельные обязательства. СПб.: Типография М. М. Стасюлевича, 1904. 639 с.

8. Апопій В. В., Міщук І. П., Ребицький В. М. та ін. Організація торгівлі: підручник. 3-те вид. К.: Центр учбової літератури, 2009. 632 с. (с.28).

9. Апопій В. В., Міщук І. П., Ребицький В. М. Організація торгівлі: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 616 с.

10. Беляева О. А. Оформление результатов торгов. *Предпринимательское право.* 2010. № 1. С. 24–30.

11. Беляева О. А. Аукционы и конкурсы. Комментарий судебноарбитражной практики: монограф. М.: Волтерс Клувер, 2010. 304 с.

12. Беляневич О. А. Господарський договір та способи його укладення: навч. посібник. К.: Наукова думка. 2002. 278 с.

13. Березовська О. В. Сутнісно-понятійний підхід до визначення митно-тарифного регулювання як інструменту державного управління зовнішньою торгівлею. *Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології.* 2013. Вип. 2. С. 16–19.

14. Бігняк О. Поняття права на підприємницьку діяльність. *Підприємництво, господарство і право.* 2006. № 2. С. 99–102.

15. Білоусов О. М. Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності України. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2012. Вип. 2012. С. 37–46.

16. Богомолова Н. М. Застосування антидемпінгових, компенсаційних та спеціальних заходів у сфері зовнішньоекономічної діяльності. *Молодий вчений.* 2017. № 6 (46), червень. С. 96–101.

17. Боднарчук О. Г., Боднарчук О. І. Визначення поняття й змісту оптової та роздрібної торгівлі, як одних із форм господарсько-торговельної діяльності. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2018. № 1. С. 52–54.

18. Бондаренко С. Ю. Сущность и функции оптовой торговли в условиях рынка. К., 1996. 270 с

19. Бурак І. О. Концептуальні підходи до визначення сутності та видів торговельної діяльності. *Молодий вчений.* 2016. № 3 (30). С. 26–30.

20. Ващенко В. В. Митно-тарифне регулювання ЗЕД. *Фінанси України*. 2010. № 3. С. 40–46.

21. Великомыслов Ю. Я., Равлик А. В. Пособие по защите Ваших прав в сети Интернет. URL: http://allpravo.ru/library/doc2044p0/instrum4935/item4937.html

22. Войтов С. Г. Еволюція митно-тарифного регулювання в контексті розвитку світової цивілізації. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету.* 2013. № 2. С. 70–84.

23. Войтов С. Г. Структурна детермінація митно-тарифного регулювання. *Економічний часопис – XXI.* 2012. № 9–10. С. 21–24.

24. Волков К. Н. Торги как способ заключения договора: автореф. дис. … канд. юр. наук: спец. 12.00.03. Екатеринбург, 2006. 23 с.

25. Ткачук Г. В. Щодо відшкодування збитків за порушення прав на торговельні марки. *Часопис Київського університету права.* 2018. № 3. С. 222–225.

26. Галазюк Н. М., Галазюк Ю. О. Державне регулювання ЗЕД вітчизняних підприємств: теоретичні аспекти. *Економічна теорія та економічна історія*. 2013. Вип. 10. С. 48–54.

27. Голошубова Н.О. Оптова торгівля: організація та технологія: навч. посіб. К.: Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2005. 256 с.

28. Гончарова Е. История торгов в России XVII–XVШ вв. *Конкурсные торги.* 1998. № 8. С. 39–44.

29. Григорова-Беренда Л. І. Теорія і практика зовнішньої торгівлі: навч. посіб. Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2016. 136 с.

30. Гришко Н. В., Лубенченко О. Е. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні та незалежний аудит. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету.* 2013. № 2 (66). С. 377–385.

31. Груздев В. Торги: понятие, правовая природа, признание недействительности. *Хозяйство и право.* 2004. № 7. С. 24–36.

32. Гуд А. М. Структура та шляхи модернізації нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств в Україні. *Митна справа*. 2015. № 2. С. 22–28.

33. Гуменюк О. Г. До питання про основні принципи митного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. С. 113–116.

34. Гуменюк О. Г. Еволюція системи митно-тарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. *Гроші, фінанси і кредит.* 2018. Вип. 14. С. 784–791.

35. Дем’янюк О. Б. Демпінг як форма конкурентрої боротьби на світовому ринку. *Наукові записки*. 2011. Вип. 17. С. 413–418.

36. Деревянко Б. В. Щодо поняття договору міжнародної купівлі-продажу. *Судова практика*. 2009. № 2. С. 22–28.

37. Добкіна-Недожій К. Торгово-промислова палата України: історикоправові аспекти виникнення та становлення. *Вісник прокуратури*. 2008. № 8. 120–124.

38. Довбиш В. А., Світлак І. І. Зовнішньоекономічний договір (контракт) купівлі-продажу: правове регулювання: монографія. Вінниця: ВНТУ. 2013. 248 с.

39. Довгополова Л. М. Вади договорів, укладених на торгах. *Вісник Академії правових наук України*. 2012. № 1 (68). С. 250–257.

40. Довгополова Л. М. Укладення договорів на торгах: монографія. Х.: Право, 2014. 184 с.

41. Долгополов К. І., Коваль О. М. Особливості державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* 2018. Вип. 52. Том 1. С. 154–156.

42. Домбровська С. М. Напрями державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. *Вісник НУЦЗУ.* 2017. Вип. 1 (6). С. 114–119.

43. Дяченко Т. О. Особливості митно-тарифного регулювання України. *Актуальні проблеми міжнародних відносин.* 2015. Вип. 125 (частина 1). С. 128–137.

44. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т. 1 / С. В. Мочерний (відп.ред.) та ін. Київ: Академія, 2000. 864 с.

45. Європейська конвенція про захист прав і основних свобод людини. *Офіційний вісник України*. 1998. № 13.

46. Журавель А. В. Особливості правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. *Південноукраїнський правничий часопис.* 2014. № 3. С. 85–89.

47. Загладіна С. М. США: обращение товаров и услуг в экономике. Москва, 1975. 272 с.

48. Задихайло Д. В., Пашков В. М., Бойчук Р. П. Господарське право: підручник. Х.: Право, 2012. 696 с.

49. Зелізко А., Байцар Р. Розвиток нормативно-правового регулювання електронної комерції в Україні. *Стандартизація сертифікація якість*. 2016. № 3. С. 39–44.

50. Канторович Я. К. Вызов публичный // Энциклопедический словарь издателей Брокгауза и Ефрона: в 86 т.: репринт. воспроизв. изд. 1890 г. М.: Книга, 1991. Т. 14.

51. Карпенко Г. Л. Історія трансформації Митного тарифу України. *Митна справа*. 2014. № 2. С. 21–26.

52. Кікоть О. Ю. Аукціони як механізм реалізації цінних паперів. *Розвиток фінансів в умовах хаотично структурованої економіки*: тези доповідей V Міжнарод. наук.-практ. конф. молодих вчених та студентів. Дніпропетровськ: Ун-т Альфреда Нобеля, 2015. С. 18–19.

53. Класифікатор видів економічної діяльності. URL: https://kved.biz.ua/Категорія: Секція_G

54. Клочкова О. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку: автореф. дис. … канд. екон. наук: спец. 08.00.04. Х., 2011. 20, [16] с.

55. Ключник А. В., Баришник Л. С., Негрецька І. А. Теоретичний аналіз зовнішньоторговельного контракту. *Причорноморські економічні студії.* 2016. Вип. 8. С. 20–24.

56. Кордзя Н. Р. Особливості сертифікації походження товарів та послуг в Україні. *Наукові праці*. 2014. Вип. 46. Том 1. С. 271–281.

57. Корнєва Т. В. Необхідність визначення понять заходів тарифного та нетарифного регулювання при переміщенні товарів через митний кордон України. *Митна справа*. 2005. № 1. С. 96–100.

58. Король В., Небильцова О. Регіональна економічна інтеграція у Великій Східній Азії: детермінанти та бар'єри. *Міжнарожна економічна політика.* 2015. № 1 (22). С. 100–122.

59. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. СПб.: Питер, 2000. 752 с.

60. Кочергіна О. Антидемпінг у контексті принципів міжнародного економічного права і ГАТТ/СОТ. *Право України*. 2002. № 11. С. 144–145.

61. Кульгавець Х. Ю. Щодо визначення суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в українському законодавстві. *Право і суспільство*. 2015. № 3. Ч. 3. С. 88–91.

62. Курок О. О. Складові елементи управління ЗЕД підприємств у системі митно-тарифного регулювання. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2010. № 6. Том 2. С. 111–114.

63. Ларин В. В., Лебедев А. Н., Солвьяненко Н. И. Правовое регулирование заключения сделок на современном этапе. URL: http:www.vlarin.chat.ru\\larin\diplom.htm

64. Лиса С. С. Класифікація форматів та особливості розвитку роздрібної торгівлі України / Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Випуск 15. С. 254–258.

65. Луць В. В. Контракти у підприємницькій діяльності. К.: Юрінком Інтер, 2001. 560 с.

66. Мамчур Л. В. Правове регулювання реклами (цивілістичний аспект): дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. Л., 2006. 204 с.

67. Мезенцева Н. В. Нормативно-правове та теоретичне визначення суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності як суб'єктів зовнішньоекономічних відносин. *Правове регулювання економіки.* 2012. № 11–12. С. 423–433.

68. Микитенко Л. Вендинг: питання теорії та практики. Підприємство, господарство і право. 2019. № 6. С. 89–93.

69. Михаліцька Н. Я., Цвайг Х. І. Тенденції розвитку торговельного підприємництва в Україні. *Вісник Донецького національного університету.* Сер. В: Економіка і право. 2015. Вип. 1. С. 248–253.

70. Мілаш В.С. Перспективи модернізації договірних правовідносин у сфері господарювання: монографія. Х.: ХНУМГ, 2014. 227 с.

71. Мінченко А. О. Міжнародні торговельні звичаї як джерело регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Правова позиція. 2017. № 2. С. 120–127.

72. Міщенко В. І., Шаповалов А. В., Юрчук Г. В. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг: практик. посіб. К.: Знання, КОО, 2003. 278 с.

73. Моісєєв Ю. О. Біржові торги як конкурентний спосіб укладання біржових угод на товарній біржі. *Форум права*. 2010. № 4. С. 648–653.

74. Мойсеенко Т. Документальное оформление отношений в сфере рекламы. *Новая бухгалтерия.* Библиотека «Дебета-Кредита», 2005. С. 10–15.

75. Молчанова М. Є. Господарсько-правове регулювання аукціонної купівлі продажу товарів: дис. ... канд. юрид. наук. Харків, 2016. 218 с.

76. Молчанова М. Є. До питання щодо необхідності підписання протоколу про проведення торгів переможцем аукціону. *Особливості розвитку законодавства України у контексті євроінтеграційних процесів:* матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф. (Харків, 5–6 черв. 2015 р.). Х., С. 37–39.

77. Молчанова М. Є. Правові особливості аукціонного товарообігу в історичній ретроспективі. *Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права імені короля Данила Галицького*. 2013. № 7. С. 184–190.

78. Молчанова М. Є. Проблема вирішення юридичної природи оголошення про проведення торгів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер. Юриспруденція: зб. наук. праць. Одеса, 2013. № 6–1. Т. 2. С. 69–72.

79. Молчанова М. Є. Проблемні питання правової природи підготовчого етапу проведення господарських аукціонних торгів. *Право і суспільство*. 2014. № 6–2. Частина 21. С. 102–108.

80. Монашова О. правове забезпечення інформаційно-комунікаційних технологій (зарубіжний досвід). *Право України*. 2006. № 3. С. 131–134.

81. Науково-практичний коментар Господарського кодексу України. Станом на 20 травня 2020 року / за заг. ред. В. В. Галунька. Київ: Видавничий дім «Професіонал», 2020. 744 с.

82. Національний стандарт ДСТУ 4303:2004. URL: http://profiwins.com.ua/ru/directories1/dstu4303.html

83. Новий тлумачний словник української мови / укладачі В. Яременко, О. Сліпушко. Київ: АКОНІТ, 2008.926 с.

84. Омельченко А. В. Організаційно-правовий зміст принципів і функцій державного управління зовнішньоекономічною діяльністю в Україні. *Вісник господарського судочинства*. 2011. № 3. С. 106–111.

85. Омельченко А. В. Поняття та ознаки зовнішньоекономічної діяльності як предмета правового регулювання. *Право України.* 2011. № 5. С. 218–223.

86. Омельченко А. В. Поняття і ознаки державного управління та державного регулювання у сфері зовнішньоекономічної діяльності. *Адвокат*. 2011. № 6. С. 30–33.

87. Омельченко А. В. Система та правовий статус суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в Україні. *Адвокат*. 2011. № 7. С. 26–30.

88. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Управління комерційною діяльністю» для студентів денної та заочної форм навчання / Тернопільський національний економічний університет. Факультет економіки та управління. 2016. 146 с.

89. Оптова і біржова торгівля України 2012–2013 рр.: стат. зб. К.: Держкомстат України, 2014. 66 с.

90. Оптова торгівля в Україні: монографія / А. А. Мазаракі, Г. М. Богославець, О. М. Трубей, А. М. Носуліч; заред. А. А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 208 с.

91. Основи зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. / І. І. Дахно, В. В. Кобрижицький, В. М. Куценко та ін.; за ред. І. І. Дахна. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2009. 316 с.

92. Основи зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. 5-те вид., перероб. та доп. Київ-Котовіце: Центр учбової літератури, 2016. 289 с.

93. Петров И. С. Приватизационные торги: автореф. дис. … канд. юрид. наук: 12.00.03. М., 2005. 26 с.

94. Петруненко Я. В. Господарсько-правові основи державних закупівель в Україні: автореф. дис. … канд. юрид. наук: 12.00.04. 2013. 20 с.

95. Петруня Ю. Є., Єдинак В. Ю., Бугай Я. В. Особливості регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні за допомогою митного тарифу. *Економіка та держава.* 2015. № 1. С. 76–78.

96. Пивоварова С. Г. Сговор в государственных закупках: подходы к анализу. *Вопросы государственного и муниципального управления.* 2009. № 3. С. 35–46.

97. Підопригора О. А. Основи римського приватного права: підручник. К.: Вища школа, 1995. 267 с.

98. Пісьмаченко Л. Митно-тарифне регулювання як засіб захисту економічних інтересів держави у сфері зовнішньої торгівлі. *Економіка та держава*. 2007. № 12. С. 49–52.

99. Плахотна К. Є. Митно-тарифне регулювання в умовах лібералізації торгівлі. *Економічний часопис – XXI.* 2012. № 5–6. С. 44–45.

100. Подцерковний О. Про перевірку висновків науки господарського права тенденціями розвитку господарського законодавства. *Право України*. 2010. № 8. С. 39–46.

101. Полішко Н. Л. Особливості укладання договорів на торгах, аукціонах, конкурсах. *Юридична наука.* 2011. № 4–5. С. 24–30.

102. Поліщук О. В., Бурдун К. С. Методи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. *Стратегія розвитку України.* 2011. № 3. С. 112–115.

103. Правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. Г. О. Анцелевич, В. О. Голубєва, Т. В. Злуніцина та ін.; за заг. ред. О. Х. Юлдашева. К.: МАУП,2005. 272 с.

104. Проблеми правового регулювання договірних відносин суб’єктів господарювання: монографія / В. М. Адам та ін.; за заг. ред. М. С. Долинської. Львів: ТОВ «Галицька видавнича спілка», 2019. 247 с.

105. Савицька Н. Л., Мелушова І. Ю., Красноусов А. В., Олініченко К. С. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Харьків: Видавництво Іванченка І. С., 2017. 214 с.

106. Саксонов В. Б. Правові особливості зовнішньоекономічних договорів (контрактів) України. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ.* 2012. № 2. С. 252–259.

107. Система регулювання внутрішньої торгівлі України: монографія / В. В. Апопій, І. М. Копич, О. Г. Білатаін; за ред. В. В. Апопія, І. М. Копича. Київ: Академвидав, 2012. 424 с.

108. Сім разів відміряти, перш ніж відрізати. Землевпорядний вісник. 2013. № 4. С. 2.

109. Скрябіна Д. С. Теоретичні основи державного регулювання ЗЕД: дефініції, механізми та ознаки. *Держава та регіони.* 2011. № 3. С. 76–83.

110. Словарь русского языка: около 57 000 слов / Ожегов С. И. 6-е изд., стереотип. М.: Сов.энцикл., 1964. 900 с.

111. Стативка А. О договорах на оказание рекламных услуг аграрным производителям. *Гражданское право*. 1997. № 4. С. 11–14.

112. Стіпахно В. І. Поняття про сутність митного тарифу. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2010. № 2. С. 95–98.

113. Сторожук О. В., Свириденко Г. М. Митно-тарифне регулювання як фактор забезпечення зовнішньоекономічної безпеки держави в умовах євроінтеграції. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини.* 2017. Вип. 17. С. 94–98.

114. Сторожчук В. М. Трансформація функцій митного тарифу в умовах лібералізації митно-тарифного регулювання. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* 2017. Вип. 23. Ч. 1. С. 30–34.

115. Тараненко М. С. Тарифне та нетарифне регулювання як інструмент реалізації економічної дипломатії України. *Інтелект XXI.* 2018. № 2. С. 34–38.

116. Ткаченко О. Особливості формування системи державного управління зовнішньоекономічною діяльністю в умовах розвитку міжнародних інтеграційних процесів. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2011. № 4. С. 168–175.

117. Токунова А. В. До питання про державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2014. Вип. 26. С. 97–102.

118. Тонков К. В. Генезис и становление торгов в России и зарубежных странах: исторический очерк. *Современное право:* науч.-практ. журнал. 2012. № 12. С. 152–155.

119. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник / Н. Л. Савицька, І. Ю. Мелушова, А. В. Красноусов, К. С. Олініченко. Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2017. 214 с.

120. Точилін В., Остапко Т., Олефір В. Стан і перспективи розвитку внутрішнього ринку України. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету.* 2005. № 6. С. 5–12.

121. Третяк О. А. Маркетинг: взаимосвязи производства, торговли и потребления. СПб.: Вид-во СПбун-ту, 1992.

122. Турянський Ю. І. Мито в системі фіскально-економічних важелів регулювання зовнішньоекономічної діяльності. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 7. Ч. 1. С. 152–156.

123. Українська універсальна біржа – найбільша торгова біржа в Україні URL: https://www.uub.com.ua/files/uub-presentation-2015.pdf

124. Хасан А. А. Реклама. Перспективні об’єкти розміщення. *Вісник ЖДТУ.* Серія економічні науки. 2016. № 2 (76). С. 84–90.

125. Херувімова Т. О. Особливості нормативно-правового регулювання обмеження експорту товарів. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2012. № 1. С. 39–44.

126. Царьов Р. Ю. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів за напрямом «Телекомунікації». Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 112 с.

127. Цілі, завдання та функції реклами. URL: http://marketing-helping.com/konspekti-lekcz/21-konspekt-lekczj-qosnovi-marketinguq/433-czl-zavdannya-ta-funkcz-reklami.html

128. Чайковська В. В. Про проблеми визначення системи джерел правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності. *Порівняльно-аналітичне право.* 2014. № 8. С. 220–223.

129. Чижова А. Д. Эволюция института торгов. *История государства и права*. 2012. № 13. С. 35–38.

130. Шерр И. Ф. Учение о торговле / пер. Снемецкого. Кн. 1, 2. Москва: Перспектива, 1993. 235 с.

131. Шершеневич Г. Ф. Курс торгового права (Классика российской цивилистики). Т. II: Товар. Торговые сделки. М.: Статут, 2003. 544 с.

132. Шишка О. Р. Договір на створення та розповсюдження реклами: дис…канд. юр. наук: 12.00.03. Харків: Нац. унів-т внутр. справ, 2005. 216 с.

133. Юридична енциклопедія: в 6-ти т. / Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) та ін. Київ: Укр. Енцикл, 1998. Т. 1: А–Г. 672 с.

134. Юшина С. І. Сучасний стан та деякі колізії правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. *Вісник господарського судочинства*. 2009. № 1. С. 54–58.

135. UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998. United Nations publication. URL: https://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450_Ebook.pdf

136. Zwass V. Electronic Commerce: Structures and Issues. *International Journal of Electronic Commerce*. 1996. Vol.1, №. 1, Fall. P. 3–23. URL: http: // www.gvsu.edu/ssd/ijec/v1n1/p003full.html

Інформаційні ресурси інтернет

1. Офіційний сайт Державної аудиторської служби України. URL: https://dasu.gov.ua/

2. Офіційний сайт Аудиторська палата України. URL: https://www.apu.com.ua/

3. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. URL: https://www.kmu.gov.ua/

4. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: https://www.rada.gov.ua/.

5. Офіційний сайт Державної податкової служби України. URL: https://tax.gov.ua/

6. Офіційний сайт Міжнародної торгової палати, Франція. URL: https://iccwbo.org/

7. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA

8. Офіційний сайт Антимонопольного комітету України. URL: https://amcu.gov.ua/

9. Офіційний сайт Торгова-промислової палати України. URL: https://ucci.org.ua/

10. Офіційний сайт Державної регуляторної служби України. URL: http://www.drs.gov.ua/

REFERENCE

Osnovna

1. Konstytutsiia Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 28.06.1996 № 254k/96-VR // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/254k/96-vr #Text

2. Hospodarskyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 16.01.2003 № 436-IV // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/436-15#Text

3. Zemelnyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 25.10.2001 № 2768-III // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/2768-14#Text

4. Kodeks Ukrainy pro administratyvni pravoporushennia: Zakon Ukrainy vid 07.12.1984 № 8073-Kh. // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/80731-10#n1326

5. Mytnyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 13.03.2012 № 495-VI // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/4495-17#Text

6. Podatkovyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 02.12.2010 № 2755-VI // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text

7. Tsyvilnyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 16.01.2003 № 435-IV // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text

8. Pro avtorske pravo i sumizhni prava: Zakon Ukrainy vid 23.12.1993 № 3792-XII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text

9. Pro antydopinhovyi kontrol u sporti: Zakon Ukrainy vid 07.02.2017 № 1835-VIII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1835-19#Text

10. Pro Antymonopolnyi komitet Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 26.11.1993 № 3659-XII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12#Text

11. Pro veterynarnu medytsynu: Zakon Ukrainy vid 25.06.1992 № 2498-XII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2498-12#Text

12. Pro derzhavne rehuliuvannia vyrobnytstva i obihu spyrtu etylovoho, koniachnoho i plodovoho, alkoholnykh napoiv ta tiutiunovykh vyrobiv: Zakon Ukrainy vid 19.12.1995 № 481/95-VR // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/481/95-vr#Text

13. Pro derzhavnyi rynkovyi nahliad i kontrol nekharchovoi produktsii: Zakon Ukrainy vid 02.12.2010 № 2735-VI // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1314-18#Text

14. Pro derzhavnu reiestratsiiu yurydychnykh osib, fizychnykh osib-pidpryiemtsiv ta hromadskykh formuvan: Zakon Ukrainy vid 15.05.2003 № 755-IV // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text

15. Pro drukovani zasoby masovoi informatsii (presu) v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 16.11.1992 № 2782-XII// BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ 2782-12#Text

16. Pro ekonomichnu samostiinist Ukrainskoi RSR: Zakon URSR vid 03.08.1990 № 142-XII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142-12#Text

17. Pro elektronnu komertsiiu: Zakon Ukrainy vid 03.09.2015 № 675-VIII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text

18. Pro zastavu: Zakon Ukrainy vid 02.10.1992 № 2654-XII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2654-12#Text

19. Pro zastosuvannia reiestratoriv rozrakhunkovykh operatsii u sferi torhivli, hromadskoho kharchuvannia ta posluh: Zakon Ukrainy vid 06.07.1995 № 265/95-VR // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-vr#Text

20. Pro zastosuvannia spetsialnykh zakhodiv shchodo importu v Ukrainu: Zakon Ukrainy vid 22.12.98 № 332–KhIV// BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/332-14#Text

21. Pro zakhyst vid nedobrosovisnoi konkurentsii: Zakon Ukrainy vid 12.05.1991 № 1023-XII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ 236/96-vr#Text

22. Pro zakhyst ekonomichnoi konkurentsii: Zakon Ukrainy vid 11.01.2001 № 2210-III // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text

23. Pro zakhyst natsionalnoho tovarovyrobnyka vid dempinhovoho importu: Zakon Ukrainy vid 22.12.98 № 330–KhIV // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/330-14#Text

24. Pro zakhyst natsionalnoho tovarovyrobnyka vid subsydovanoho importu: Zakon Ukrainy vid 22.12.98 № 331–KhIV // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/331-14#Text

25. Pro zakhyst prav spozhyvachiv: Zakon Ukrainy vid 12.05.1991 № 1023-XII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text

26. Pro zovnishnoekonomichnu diialnist: Zakon Ukrainy vid 16.04.1991 № 959-XII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text

27. Pro informatsiiu: Zakon Ukrainy vid 02.10.2002 № 2657-XI I// BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text

28. Pro likarski zasoby: Zakon Ukrainy vid 04.04.1996 № 123/96-VR // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123/96-%D0%B2%D1%80#Text

29. Pro litsenzuvannia vydiv hospodarskoi diialnosti: Zakon Ukrainy vid 02.03.2015 № 222-VIII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text

30. Pro metrolohiiu ta metrolohichnu diialnist: Zakon Ukrainy vid 05.06.2014 № 1314-VII// BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1314-18#Text

31. Pro Mytnyi taryf Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 19.09.2013 № 584–VII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/584-18#Text

32. Pro nederzhavne pensiine zabezpechennia: Zakon Ukrainy vid 09.07.2003 № 1057-IV// BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1057-15#Text

33. Pro obih v Ukraini narkotychnykh zasobiv, yikh analohiv i prekursoriv: Zakon Ukrainy vid 08.07.1999 № 863-XIV // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/863-14#Text

34. Pro obmezhennia monopolizmu ta nedopushchennia nedobrosovisnoi konkurentsii u pidpryiemnytskii diialnosti: Zakon Ukrainy vid 18.02.1992 № 2132-XII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ 2132-12#Text (vtratyv chynnist).

35. Pro optovi rynky silskohospodarskoi produktsii: Zakon Ukrainy vid 25.06.2009 № 1561-VI // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/1561-17#Text

36. Pro osnovni zasady derzhavnoho nahliadu (kontroliu) u sferi hospodarskoi diialnosti: Zakon Ukrainy vid 05.04.2007 № 877-V // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/877-16#Text

37. Pro pravonastupnytstvo Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 12.09.1991 № 1543-XII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1543-12#Text

38. Pro pryvatyzatsiiu derzhavnoho i komunalnoho maina: Zakon Ukrainy vid 18.01.2018 № 2269-VIII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ 2269-19#Text

39. Pro reklamu: Zakon Ukrainy vid 03.07.1996 № 270/96-VR// BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text

40. Pro telebachennia ta radiomovlennia: Zakon Ukrainy vid 21.12.1993 № 3759-XII // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text

41. Pro tsiny i tsinoutvorennia: Zakon Ukrainy vid 21.06.2012 № 5007-VI // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text

42. Konventsiia Orhanizatsii Obiednanykh Natsii pro dohovory mizhnarodnoi kupivli-prodazhu tovariv vid 11.04.1980 //

BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_003#Text

43. Natsionalnyi klasyfikator Ukrainy: Klasyfikator profesii Ukrainy DK 003:2010 vid 28.07.2010 № 327 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text

44. Poriadok zdiisnennia optovoi ta rozdribnoi torhivli transportnymy zasobamy ta yikh skladovymy chastynamy, shcho maiut identyfikatsiini nomery: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 11.11.2009 № 1200 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1200-2009-p#Text

45. Poriadok provadzhennia torhovelnoi diialnosti ta pravyla torhovelnoho obsluhovuvannia na rynku spozhyvchykh tovariv: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 15.06.2006 № 833 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-p#Text

46. Pravyla pobutovoho obsluhovuvannia naselennia: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 16.05.1994 № 313 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/313-94-p#Text

47. Pravyla rozdribnoi torhivli naftoproduktamy: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 20.12.1997 № 1442 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1442-97-p#Text

48. Pravyla rozdribnoi torhivli ta nadannia posluh z postachannia skraplenoho vuhlevodnevoho hazu dlia pobutovykh potreb naselennia ta inshykh spozhyvachiv: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 20.11.2003 № 1790 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1790-2003-p#Text

49. Pravyla rozdribnoi torhivli, prokatu prymirnykiv audiovizualnykh tvoriv, fonohram, videohram, kompiuternykh prohram, baz danykh: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 04.11.1997 № 1209 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1209-97-p#Text

50. Pravyla torhivli dorohotsinnymy metalamy (krim bankivskykh metaliv) i dorohotsinnym kaminniam, dorohotsinnym kaminniam

orhanohennoho utvorennia ta napivdorohotsinnym kaminniam u syromu ta obroblenomu vyhliadi i vyrobamy z nykh, shcho nalezhat subiektam hospodariuvannia na pravi vlasnosti: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 04.06.1998 № 802 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/802-98-p#Text

51. Pravyla torhivli u rozstrochku fizychnym osobam: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 30.03.2011 № 383 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/383-2011-p#Text

52. Pro derzhavnu reiestratsiiu drukovanykh ZMI, informatsiinykh ahentstv ta rozmiry reiestratsiinykh zboriv: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 17.11.1997 № 1287 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1287-97-%D0%BF#Text

53. Pro deiaki pytannia zakhystu prava spozhyvachiv (korystuvachiv) shchodo bezpechnosti nekharchovoi produktsii: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 26.12.2016 № 1400 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1400-2011-%D0%BF#Text

54. Pro zaprovadzhennia auktsioniv z prodazhu nafty, hazovoho kondensatu, pryrodnoho, skraplenoho hazu ta vuhillia: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 04.04.2000 № 599 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/599-2000-%D0%BF#Text (vtratyv chynnist).

55. Pro zatverdzhennia pereliku vydiv produktsii, shchodo yakykh orhany derzhavnoho rynkovoho nahliadu zdiisniuiut derzhavnyi rynkovyi nahliad: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 28.12.2016 № 1069 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1069-2016-%D0%BF#Text

56. Pro zatverdzhennia Polozhennia pro poriadok provedennia auktsioniv (publichnykh torhiv) z realizatsii zastavlenoho maina: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 22.12.1997 № 1448 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1448-97-%D0%BF#Text

57. Pro zatverdzhennia Poriadku vidchuzhennia obiektiv derzhavnoi vlasnosti: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 06.06.2007 № 803 //

BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2007-%D0%BF#Text

58. Pro zatverdzhennia Poriadku orhanizatsii mytnykh auktsioniv, realizatsii tovariv i transportnykh zasobiv na mytnykh auktsionakh, tovarnykh birzhakh abo cherez pidpryiemstva torhivli, a takozh rozporiadzhennia okremymy vydamy tovariv, shcho ne pidliahaiut realizatsii: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 26.04.2003 № 607 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/607-2003-%D0%BF#Text (vtratyv chynnist).

59. Pro zatverdzhennia Poriadku provadzhennia torhovelnoi diialnosti ta pravyl torhovelnoho obsluhovuvannia na rynku spozhyvchykh tovariv: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 15.06.2006 № 833 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text

60. Pro zatverdzhennia Poriadku prodazhu u 2010 rotsi zemelnykh dilianok nesilskohospodarskoho pryznachennia na zemelnykh torhakh: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 02.09.2010 № 805 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/805-2010-%D0%BF#Text

61. Pro zatverdzhennia Poriadku reiestratsii zovnishno-ekonomichnykh kontraktiv (dohovoriv) na zdiisnennia eksport nykh operatsii z metalobrukhtom: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 15.02.2002 № 155 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/155-2002-%D0%BF#Text (vtratyv chynnist).

62. Pro zatverdzhennia Typovykh pravyl rozmishchennia zovnishnoi reklamy: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 29.12.2003 № 2067 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2067-2003-%D0%BF#Text

63. Pro optovi prodovolchi rynky: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 09.06.1999 № 997 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/997-99-%D0%BF#Text

64. Pro orhanizatsiiu ta provedennia birzhovykh auktsioniv z prodazhu nafty syroi, hazovoho kondensatu vlasnoho vydobutku:

Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 16.10.2014 № 570 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/570-2014-%D0%BF#Text

65. Pro poriadok zabezpechennia pryrodnym hazom narodnoho hospodarstva i naselennia u 1999 rotsi: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 15.12.1998 № 1978 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1978-98-%D0%BF#Text

66. Pro typovi platizhni umovy zovnishnoekonomichnykh dohovoriv (kontraktiv) i typovi formy zakhysnykh zasterezhen do zovnishnoekonomichnykh dohovoriv (kontraktiv), yaki peredbachaiut rozrakhunky v inozemnii valiuti: Postanovy Kabinetu Ministriv Ukrainy i Natsionalnoho banku Ukrainy vid 21.06.1995 № 444 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/444-95-%D0%BF#Text

67. Tymchasovi pravyla provedennia valiutnykh auktsioniv Natsionalnoho banku Ukrainy: Postanova Natsionalnoho banku Ukrainy vid 03.03.1994 № 7-94 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v8-94500-94#Text

68. Instruktsiia pro poriadok zapovnennia kartky reiestratsii-obliku zovnishnoekonomichnoho dohovoru (kontraktu): Nakaz Minekonomiky vid 15.12.2005 № 505 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ z0006-06#Text (vtratyv chynnist).

69. Instruktsiia pro poriadok poznachennia rozdribnykh tsin na tovary narodnoho spozhyvannia v pidpryiemstvakh rozdribnoi torhivli ta zakladakh restorannoho hospodarstva: Nakaz Ministerstva zovnishnikh ekonomichnykh zviazkiv i torhivli Ukrainy vid 04.01.1997 № 2 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0004-97 #Text

70. Poriadok provedennia auktsioniv z prodazhu maina platnyka podatkiv, yake perebuvaie u podatkovii zastavi: Nakaz Ministerstva Finansiv Ukrainy vid 22.05.2017 № 518 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ z0748-17#Text

71. Pravyla komisiinoi torhivli neprodovolchymy tovaramy: Nakaz Ministerstva zovnishnikh ekonomichnykh zviazkiv Ukrainy vid

13.03.1995 № 37 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0079-95#Text

72. Pravyla prodazhu tovariv na zamovlennia ta poza torhovelnymy abo ofisnymy prymishchenniamy: Nakaz Ministerstva ekonomiky Ukrainy vid 19.04.2007 № 103 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ z1181-07#Text

73. Pravyla roboty dribnorozdribnoi torhovelnoi merezhi: Nakaz Ministerstva zovnishnikh ekonomichnykh zviazkiv i torhivli Ukrainy vid 08.07.1996 № 369 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0372-96#Text

74. Pravyla rozdribnoi torhivli kartopleiu ta plodoovochevoiu produktsiieiu: Nakaz Ministerstva zovnishnikh ekonomichnykh zviazkiv Ukrainy vid 08.07.1997 № 344 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ z0353-97#Text

75. Pravyla rozdribnoi torhivli neprodovolchymy tovaramy: Nakaz Ministerstva ekonomiky Ukrainy vid 19.04.2007 № 104 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07#Text

76. Pravyla rozdribnoi torhivli prodovolchymy tovaramy: Nakaz Ministerstva ekonomiky ta z pytan yevropeiskoi intehratsii Ukrainy vid 11.07.2003 № 185 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03#Text

77. Pravyla rozdribnoi torhivli tiutiunovymy vyrobamy: Nakaz Ministerstva ekonomiky ta z pytan yevropeiskoi intehratsii Ukrainy vid 24.07.2002 № 218 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0679-02#Text

78. Pravyla torhivli antykvarnymy rechamy: Nakaz Ministerstva ekonomiky ta z pytan yevropeiskoi intehratsii Ukrainy ta Ministerstva kultury i mystetstv Ukrainy vid 29.12.2001 № 322/795 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0058-02#Text

79. Pravyla torhivli na rynkakh: Nakaz Ministerstva ekonomiky ta z pytan yevropeiskoi intehratsii Ukrainy, Ministerstva vnutrishnikh sprav Ukrainy, Derzhavnoi podatkovoi administratsii Ukrainy, Derzhavnoho komitetu standartyzatsii, metrolohii ta sertyfikatsii Ukrainy vid 26.02.2002

№ 57/188/84/105 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ z0288-02#Text

80. Pro zatverdzhennia Pereliku tovariv, eksport yakykh zdiisniuietsia za umovy reiestratsii zovnishnoekonomichnykh dohovoriv (kontraktiv): Nakaz Ministerstva ekonomiky ta z pytan yevropeiskoi intehratsii Ukrainy vid 11.07.2002 № 207 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/ v2547342-02#Text

81. Pro zatverdzhennia Polozhennia pro komisiiu z pytan nadannia yurydychnii osobi statusu optovoho rynku silskohospodarskoi produktsii Ministerstva ahrarnoi polityky ta prodovolstva Ukrainy: Nakaz Ministerstvo ahrarnoi polityky ta prodovolstva Ukrainy vid 19.06.2019 № 333 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://www.zakon.rada.gov.ua/ laws/show/z0775-19#Text

82. Pro zatverdzhennia Polozhennia pro orhanizatsiiu ta provedennia auktsioniv zhyvoi khudoby ta ptytsi: Nakaz Ministerstva ahrarnoi polityky ta prodovolstva Ukrainy vid 05.06.2002 № 153/44 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0653-02#Text

83. Pro zatverdzhennia Polozhennia pro umovy i poriadok provedennia konkursiv z vyznachennia orhanizatoriv auktsioniv po vidchuzhenniu obiektiv derzhavnoi vlasnosti: Nakaz Fondu derzhavnoho maina Ukrainy vid 02.08.2010 № 1127 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0761-10#Text

84. Pro zatverdzhennia Polozhennia pro formu zovnishno-ekonomichnykh dohovoriv (kontraktiv): Nakaz Ministerstva ekonomiky ta z pytan yevropeiskoi intehratsii Ukrainy vid 06.09.2001 № 201 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0833-01#Text (vtratyv chynnist).

85. Pro zatverdzhennia Poriadku vykonannia mytnykh formalnostei pry zdiisnenni mytnoho oformlennia tovariv iz zastosuvanniam mytnoi deklaratsii na blanku yedynoho administratyvnoho dokumenta: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 30.05.2012 № 631 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1360-12#Text

86. Pro zatverdzhennia Poriadku orhanizatsii provedennia auktsioniv u provadzhenni u spravakh pro bankrutstvo ta vymohy do yikh orhanizatoriv stosovno maina derzhavnykh pidpryiemstv, yaki nalezhat do sfery upravlinnia MZS Ukrainy: Nakaz Ministerstva zakordonnykh sprav Ukrainy vid 02.09.2014 № 368 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1135-14#Text (vtratyv chynnist).

87. Pro zatverdzhennia Poriadku oformlennia, vruchennia (nadsylannia) prypysiv u razi vyiavlennia porushen zemelnoho zakonodavstva: Nakaz Ministerstva ahrarnoi polityky ta prodovolstva Ukrainy vid 19.02.2013 № 104 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0373-13#Text (vtratyv chynnist).

88. Pro zatverdzhennia Poriadku provedennia elektronnykh auktsioniv z rozpodilu propusknoi spromozhnosti mizhderzhavnykh elektrychnykh merezh: Postanova Natsionalnoi komisii, shcho zdiisniuie derzhavne rehuliuvannia u sferi enerhetyky ta komunalnykh posluh Ukrainy vid 12.02.2015 № 176 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1668-14#Text (vtratyv chynnist).

89. Pro provedennia eksperymentu iz zaprovadzhennia poriadku realizatsii areshtovanoho maina shliakhom provedennia elektronnykh torhiv: Nakaz Ministerstva yustytsii Ukrainy vid 16.04.2014 № 655/5 // BD «Zakonodavstvo Ukrainy» / VR Ukrainy. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0427-14#Text (vtratyv chynnist).

Dopomizhna

1. Aleksandrov Yu. L. Эkonomyka tovarnoho obrashchenyia: v 2 ch. Krasnoiarsk: Krasnoiarskyi hos. torhovo-эkonomycheskyi yn-t, 1999. 181 s.

2. Alekseev S. S. Teoryia prava: uchebnyk [2-e yzd., pererab. y dop.] / S. S. Alekseev. M.: BEK, 1995. 350 s.

3. Aliabyshev M. S. Vydy auktsioniv u tsyvilnomu i hospodarskomu pravi. Aktualni problemy suchasnoi nauky v doslidzhenniakh molodykh uchenykh: zb. nauk. prats. Simferopol. 2005. Vyp. 7. S. 49–56.

4. Aliabyshev M. S. Osoblyvosti ukladannia dohovoriv na auktsioni: avtoref. dys. ... kand. yuryd. nauk: spets. 12.00.03 / M.S. Aliabyshev; APrNUkrainy, NDI pryvatnoho prava i pidpryiemnytstva. K., 2009. 17 s.

5. Aliabyshev M. S. Poniatiinyi aparat – zasib yednosti pravorozuminnia pry rehuliuvanni diialnosti auktsioniv. Aktualni problemy tsyvilnoho prava ta protsesu: materialy nauk.-prakt. konf., prysviachenoi pamiati profesora O. A. Pushkina. Kharkiv, 2005. S. 14–16.

6. Aliabыshev M. S. Auktsyon y konkurs: obshchee y otlychytelnoe / M. S. Aliabыshev // Aktualni problemy tsyvilnoho prava ta protsesu: materialy nauk.-prakt. konf., prysviachenoi pamiati profesora O. A. Pushkina. Kharkiv, 2006. S. 9–11.

7. Annenkov K. N. Systema russkoho hrazhdanskoho prava. T. IV: Otdelnыe obiazatelstva / K. N. Annenkov. SPb.: Typohrafyia M. M. Stasiulevycha, 1904. 639s.

8. Apopii V. V., Mishchuk I. P., Rebytskyi V. M. ta in. Orhanizatsiia torhivli. Pidruchnyk. 3-te vyd. K.: Tsentr uchbovoi literatury, 2009. 632 s. (s. 28).

9. Apopii V. V., Mishchuk I. P., Rebytskyi V. M. Orhanizatsiia torhivli: pidruchnyk. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury, 2005. 616 s.

10. Beliaeva O. A. Oformlenye rezultatov torhov / O. A. Beliaeva // Predprynymatelskoe pravo. 2010. № 1. S. 24–30.

11. Beliaeva O. A. Auktsyonы y konkursы. Kommentaryi sudebno-arbytrazhnoi praktyky: monohraf. / O. A. Beliaeva. M.: Volters Kluver, 2010. 304 s.

12. Belianevych O. A. Hospodarskyi dohovir ta sposoby yoho ukladennia: navch. posibnyk / O. A. Belianevych. K.: Naukova dumka. 2002. 278 s.

13. Berezovska O. V. Sutnisno-poniatiinyi pidkhid do vyznachennia mytno-taryfnoho rehuliuvannia yak instrumentu derzhavnoho upravlinnia zovnishnoiu torhivleiu. Aktualni problemy derzhavnoho upravlinnia, pedahohiky ta psykholohii. 2013. Vyp. 2. S. 16–19.

14. Bihniak O. Poniattia prava na pidpryiemnytsku diialnist. Pidpryiemnytstvo, hospodarstvo i pravo. 2006. № 2. S. 99–102.

15. Bilousov O. M. Mytno-taryfne rehuliuvannia zovnishno-ekonomichnoi diialnosti Ukrainy. Visnyk ahrarnoi nauky Prychornomoria. 2012. Vyp. 2012. S. 37–46.

16. Bohomolova N. M. Zastosuvannia antydempinhovykh, kompensatsiinykh ta spetsialnykh zakhodiv u sferi zovnishnoekonomichnoi diialnosti. Molodyi vchenyi. cherven, 2017. № 6 (46). S. 96–101.

17. Bodnarchuk O. H., Bodnarchuk O. I. Vyznachennia poniattia y zmistu optovoi ta rozdribnoi torhivli, yak odnykh iz form hospodarsko-torhovelnoi diialnosti. Yurydychnyi naukovyi elektronnyi zhurnal. 2018. № 1. S. 52–54.

18. Bondarenko S. Iu. Sushchnost y funktsyy optovoi torhovly v uslovyiakh rынka. K., 1996. 270 s/

19. Burak I. O. Kontseptualni pidkhody do vyznachennia sutnosti ta vydiv torhovelnoi diialnosti. Molodyi vchenyi. 2016. № 3 (30). S. 26–30.

20. Vashchenko V. V. Mytno-taryfne rehuliuvannia ZED. Finansy Ukrainy. 2010. № 3. S. 40–46.

21. Velykomыslov Yu. Ya., Ravlyk A. V. Posobye po zashchyte Vashykh prav v sety Ynternet. URL: http://allpravo.ru/library/doc2044p0/instrum4935 /item4937.html

22. Voitov S. H. Evoliutsiia mytno-taryfnoho rehuliuvannia v konteksti rozvytku svitovoi tsyvilizatsii. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. 2013. № 2. S. 70–84.

23. Voitov S. H. Strukturna determinatsiia mytno-taryfnoho rehuliuvannia. Ekonomichnyi chasopys – XXI. 2012. № 9–10. S. 21–24.

24. Volkov K. N. Torhy kak sposob zakliuchenyia dohovora: avtoref. dys. … kand. yur. Nauk: spets. 12.00.03. Ekaterynburh, 2006. 23 s.

25. H. V. Tkachuk. Shchodo vidshkoduvannia zbytkiv za porushennia prav na torhovelni marky.Chasopys Kyivskoho universytetu prava. 2018. № 3. S. 222–225.

26. Halaziuk N. M., Halaziuk Yu. O. Derzhavne rehuliuvannia ZED vitchyznianykh pidpryiemstv: teoretychni aspekty. Ekonomichna teoriia ta ekonomichna istoriia. 2013. Vyp. 10. S. 48–54.

27. Holoshubova N. O. Optova torhivlia: orhanizatsiia ta tekhnolohiia: navch. posib. K.: Kyiv. nats. torh-ekon. un-t, 2005. 256 s.

28. Honcharova E. Ystoryia torhov v Rossyy XVII–XVSh vv. / E. Honcharova // Konkursnыe torhy. 1998. № 8. S. 39–44.

29. Hryhorova-Berenda L. I. Teoriia i praktyka zovnishnoi torhivli: navch. posib. Kharkiv: Kharkivskyi natsionalnyi universytet imeni V. N. Karazina, 2016. 136 s.

30. Hryshko N. V., Lubenchenko O. E. Rehuliuvannia zovnishno-ekonomichnoi diialnosti v Ukraini ta nezalezhnyi audyt. Visnyk Chernihivskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. 2013. № 2 (66). S. 377–385.

31. Hruzdev V. Torhy: poniatye, pravovaia pryroda, pryznanye nedeistvytelnosty / V. Hruzdev // Khoziaistvo y pravo. 2004. 7. S. 24–36.

32. Hud A. M. Struktura ta shliakhy modernizatsii netaryfnoho rehuliuvannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpryiemstv v Ukraini. Mytna sprava. 2015. № 2. S. 22–28.

33. Humeniuk O. H. Do pytannia pro osnovni pryntsypy mytnoho rehuliuvannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti. Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. 2016. S. 113–116.

34. Humeniuk O. H. Evoliutsiia systemy mytno-taryfnoho rehuliu-vannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti. Hroshi, finansy i kredyt. 2018. Vyp. 14. S.784–791.

35. Demianiuk O. B. Dempinh yak forma konkurentroi borotby na svitovomu rynku. Naukovi zapysky. 2011. Vyp. 17. S. 413–418.

36. Derevianko B. V. Shchodo poniattia dohovoru mizhnarodnoi kupivli-prodazhu. Sudova praktyka. 2009. № 2. S. 22–28.

37. Dobkina-Nedozhii K. Torhovo-promyslova palata Ukrainy: istorykopravovi aspekty vynyknennia ta stanovlennia. Visnyk prokuratury. 2008. № 8. 120–124.

38. Dovbysh V. A., Svitlak I. I. Zovnishnoekonomichnyi dohovir (kontrakt) kupivli-prodazhu: pravove rehuliuvannia: monohrafiia. Vinnytsia: VNTU. 2013. 248 s.

39. Dovhopolova L. M. Vady dohovoriv, ukladenykh na torhakh / L. Dovhopolova // Visnyk Akademii pravovykh nauk Ukrainy. 2012. № 1(68). S.250–257.

40. Dovhopolova L. M. Ukladennia dohovoriv na torhakh: monohrafiia / L. M. Dovhopolova. Kh.: Pravo, 2014. 184 s.

41. Dolhopolov K. I., Koval O. M. Osoblyvosti derzhavnoho rehuliuvannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti v Ukraini. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. 2018. Vyp. 52. Tom 1. S. 154–156.

42. Dombrovska S. M. Napriamy derzhavnoho rehuliuvannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti v Ukraini. Visnyk NUTsZU. 2017. Vyp. 1 (6). S. 114–119.

43. Diachenko T. O. Osoblyvosti mytno-taryfnoho rehuliuvannia Ukrainy. Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn. 2015. Vyp. 125 (chastyna 1). S. 128–137.

44. Ekonomichna entsyklopediia: u trokh tomakh. T. 1 S. V. Mochernyi (vidp.red.) ta in. Kyiv: Akademiia, 2000. 864 s.

45. Yevropeiska konventsiia pro zakhyst prav i osnovnykh svobod liudyny. Ofitsiinyi visnyk Ukrainy. 1998. № 13.

46. Zhuravel A. V. Osoblyvosti pravovoho rehuliuvannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti v Ukraini. Pivdennoukrainskyi pravnychyi chasopys. 2014. № 3. S. 85–89.

47. Zahladina S. M. SShA: obrashchenye tovarov y usluh v эkonomyke. Moskva, 1975. 272 s.

48. Zadykhailo D. V., Pashkov V. M., Boichuk R. P. Hospodarske pravo: pidruchnyk. Kh.: Pravo, 2012. 696 s.

49. Zelizko A., Baitsar R. Rozvytok normatyvno-pravovoho rehuliuvannia elektronnoi komertsii v Ukraini. Standartyzatsiia sertyfikatsiia yakist. № 3. 2016. S. 39–44.

50. Kantorovych Ya. K. Vыzov publychnыi / Ya. K. Kantorovych // Эntsyklopedycheskyi slovar yzdatelei Brokhauza y Efrona: v 86 t.: reprynt. vosproyzv. yzd. 1890 h. M.: Knyha, 1991. T. 14.

51. Karpenko H. L. Istoriia transformatsii Mytnoho taryfu Ukrainy. Mytna sprava. 2014. № 2. S. 21–26.

52. Kikot O. Yu. Auktsiony yak mekhanizm realizatsii tsinnykh paperiv. Rozvytok finansiv v umovakh khaotychno strukturovanoi ekonomiky: tezy dopovidei V Mizhnarod. nauk.-prakt. konf. molodykh vchenykh ta studentiv. Dnipropetrovsk: Un-t Alfreda Nobelia, 2015. S. 18–19.

53. Klasyfikator vydiv ekonomichnoi diialnosti. URL: https://kved.biz.ua/Katehoriia: Sektsiia_G

54. Klochkova O. Rozdribni torhovelni merezhi: rehionalni faktory rozvytku: avtoref. dys. … kand. ekon. nauk: spets. 08.00.04 / O. Klochkova. Kh., 2011. 20 s. (s.16).

55. Kliuchnyk A. V., Baryshnyk L. S., Nehretska I. A. Teoretychnyi analiz zovnishnotorhovelnoho kontraktu. Prychornomorski ekonomichni studii. 2016. Vyp. 8. S. 20–24.

56. Kordzia N. R. Osoblyvosti sertyfikatsii pokhodzhennia tovariv ta posluh v Ukraini. Naukovi pratsi. 2014. Vyp. 46. Tom 1. S. 271–281.

57. Kornieva T. V. Neobkhidnist vyznachennia poniat zakhodiv taryfnoho ta netaryfnoho rehuliuvannia pry peremishchenni tovariv cherez mytnyi kordon Ukrainy. Mytna sprava. 2005. № 1. S. 96–100.

58. Korol V. Rehionalna ekonomichna intehratsiia u Velykii Skhidnii Azii: determinanty ta bariery / V. Korol, O. Nebyltsova // Mizhnarozhna ekonomichna polityka. 2015. № 1 (22). S. 100–122.

59. Kotler F. Marketynh menedzhment. SPb.: Pyter, 2000. 752 s.

60. Kocherhina O. Antydempinh u konteksti pryntsypiv mizhnarodnoho ekonomichnoho prava i HATT/SOT. Pravo Ukrainy. 2002. № 11. S. 144–145.

61. Kulhavets Kh. Yu. Shchodo vyznachennia subiektiv zovnishnoekonomichnoi diialnosti v ukrainskomu zakonodavstvi. Pravo i suspilstvo. 2015. № 3. Ch. 3. S. 88–91.

62. Kurok O. O. Skladovi elementy upravlinnia ZED pidpryiemstv u systemi mytno-taryfnoho rehuliuvannia. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. 2010. № 6. Tom 2. S. 111–114.

63. Laryn V. V., Lebedev A. N., Solvianenko N. Y. Pravovoe rehulyrovanye zakliuchenyia sdelok na sovremennom эtape. URL: http:www.vlarin.chat.ru\\larin\diplom.htm.

64. Lysa S. S. Klasyfikatsiia formativ ta osoblyvosti rozvytku rozdribnoi torhivli Ukrainy. Global and national economic problems. 2017. Vypusk 15. S. 254–258.

65. Luts V. V. Kontrakty u pidpryiemnytskii diialnosti / V. V. Luts. K.: Yurinkom Inter, 2001. 560 s.

66. Mamchur L. V. Pravove rehuliuvannia reklamy (tsyvylistychnyi aspekt): dys... kand. yuryd. nauk: 12.00.03 / L. V. Mamchur. L., 2006. 204 s.

67. Mezentseva N. V. Normatyvno-pravove ta teoretychne vyznachennia subiektiv zovnishnoekonomichnoi diialnosti yak subiektiv zovnishnoekonomichnykh vidnosyn. Pravove rehuliuvannia ekonomiky. 2012. № 11–12. S. 423–433.

68. Mykytenko L. Vendynh: pytannia teorii ta praktyky. Pidpryiemstvo, hospodarstvo i pravo. 2019. № 6. S. 89–93.

69. Mykhalitska N. Ia., Tsvaih Kh. I. Tendentsii rozvytku torhovelnoho pidpryiemnytstva v Ukraini. Visnyk Donetskoho natsionalnoho universytetu. Ser. V: Ekonomika i pravo. 2015. VYP.1. S. 248–253.

70. Milash V. S. Perspektyvy modernizatsii dohovirnykh pravovidnosyn u sferi hospodariuvannia: monohrafiia. Kh.: KhNUMH, 2014. 227 s.

71. Minchenko A. O. Mizhnarodni torhovelni zvychai yak dzherelo rehuliuvannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti. Pravova pozytsiia. 2017. № 2. S. 120–127.

72. Mishchenko V. I., Shapovalov A. V., Yurchuk H. V. Elektronnyi biznes na rynku finansovykh posluh: Praktyk. posib. K.: Znannia, KOO, 2003. 278 s.

73. Moisieiev Yu. O. Birzhovi torhy yak konkurentnyi sposib ukladannia birzhovykh uhod na tovarnii birzhi. Forum prava. 2010. № 4. S. 648–653.

74. Moiseenko T. Dokumentalnoe oformlenye otnoshenyi v sfere reklamы. / T. Moiseenko // Novaia bukhhalteryia. Byblyoteka «Debeta-Kredyta», 2005. S.10-15.

75. Molchanova M. Ye. Hospodarsko-pravove rehuliuvannia auktsionnoi kupivli prodazhu tovariv: dys... kand. yuryd. nauk. Kharkiv, 2016. 218 s.

76. Molchanova M. Ye. Do pytannia shchodo neobkhidnosti pidpysannia protokolu pro provedennia torhiv peremozhtsem auktsionu / M. Ye. Molchanova // Osoblyvosti rozvytku zakonodavstva Ukrainy u konteksti yevrointehratsiinykh protsesiv: materialy Mizhnarod. nauk.-prakt. konf. (Kharkiv, 5–6 cherv. 2015 r.). Kh., S. 37–39.

77. Molchanova M. Ye. Pravovi osoblyvosti auktsionnoho tovaroobihu v istorychnii retrospektyvi / M. Ye. Molchanova // Naukovo-informatsiinyi visnyk Ivano-Frankivskoho universytetu prava imeni korolia Danyla Halytskoho. 2013. № 7. S. 184–190.

78. Molchanova M. Ye. Problema vyrishennia yurydychnoi pryrody oholoshennia pro provedennia torhiv / M. Ye. Molchanova // Naukovyi

visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser. Yurysprudentsiia: zb. nauk. prats. Odesa, 2013. № 6–1. T. 2. S. 69–72.

79. Molchanova M. Ye. Problemni pytannia pravovoi pryrody pidhotovchoho etapu provedennia hospodarskykh auktsionnykh torhiv / Molchanova M. Ye. // Pravo i suspilstvo. 2014. № 6–2. Chastyna 21. S. 102–108.

80. Monashova O. pravove zabezpechennia informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii (zarubizhnyi dosvid). Pravo Ukrainy. 2006. № 3. S. 131–134.

81. Naukovo-praktychnyi komentar Hospodarskoho kodeksu Ukrainy. Stanom na 20 travnia 2020 roku / Za zah. red. Halunka V. V. Kyiv: Vydavnychyi dim «Profesional», 2020. 744 s.

82. Natsionalnyi standart DSTU 4303:2004. URL: http://profiwins.com.ua/ru/directories1/dstu4303.html

83. Novyi tlumachnyi slovnyk ukrainskoi movy. Ukladachi V. Yaremenko, O. Slipushko. Kyiv: AKONIT, 2008.926 s.

84. Omelchenko A. V. Orhanizatsiino-pravovyi zmist pryntsypiv i funktsii derzhavnoho upravlinnia zovnishnoekonomichnoiu diialnistiu v Ukraini. Visnyk hospodarskoho sudochynstva. 2011. № 3. S. 106–111.

85. Omelchenko A. V. Poniattia ta oznaky zovnishnoekonomichnoi diialnosti yak predmeta pravovoho rehuliuvannia. Pravo Ukrainy. 2011. № 5. S. 218–223.

86. Omelchenko A. V. Poniattia i oznaky derzhavnoho upravlinnia ta derzhavnoho rehuliuvannia u sferi zovnishnoekonomichnoi diialnosti. Advokat. 2011. № 6. S. 30–33.

87. Omelchenko A. V. Systema ta pravovyi status subiektiv zovnishnoekonomichnoi diialnosti v Ukraini. Advokat. 2011. № 7. S. 26–30.

88. Opornyi konspekt lektsii z dystsypliny «Upravlinnia komertsiinoiu diialnistiu» dlia studentiv dennoi ta zaochnoi form navchannia. Ternopilskyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet. Fakultet ekonomiky ta upravlinnia. 2016. 146s.

89. Optova i birzhova torhivlia Ukrainy 2012–2013 rr.: stat. zb. K.: Derzhkomstat Ukrainy, 2014. 66 s.

90. Optova torhivlia v Ukraini: monohrafiia / A. A. Mazaraki, H. M. Bohoslavets, O. M. Trubei, A. M. Nosulich; zared. A. A. Mazaraki. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2016. 208 s.

91. Osnovy zovnishnoekonomichnoi diialnosti: navch. posib.: I. I. Dakhno, V. V. Kobryzhytskyi, V. M. Kutsenko ta in.; za red. I. I. Dakhna. K.: DP «Vyd. dim «Personal», 2009. 316 s.

92. Osnovy zovnishnoekonomichnoi diialnosti: navch. posib. Vydannia 5-te, pererob. ta dop. Kyiv–Kotovitse: Tsentr uchbovoi literatury. 2016. 289 s.

93. Petrov Y. S. Pryvatyzatsyonnыe torhy: avtoref. dys… kand. yuryd. nauk: 12.00.03 / Y. S. Petrov. M., 2005. 26 s.

94. Petrunenko Ya. V. Hospodarsko-pravovi osnovy derzhavnykh zakupivel v Ukraini: avtoref. dys… kand. yuryd. nauk: 12.00.04 / Ya. V. Petrunenko, 2013. 20 s.

95. Petrunia Yu. Ye., Yedynak V. Yu., Buhai Ya. V. Osoblyvosti rehuliuvannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti v Ukraini za dopomohoiu mytnoho taryfu. Ekonomika ta derzhava. 2015. № 1. S. 76–78.

96. Pyvovarova S. H. Shovor v hosudarstvennыkh zakupkakh: podkhodы k analyzu / S. H. Pyvovarova // Voprosы hosudarstvennoho y munytsypalnoho upravlenyia. 2009. № 3. S. 35–46.

97. Pidopryhora O. A. Osnovy rymskoho pryvatnoho prava: pidruchnyk / O. A. Pidopryhora. K.: Vyshcha shkola, 1995. 267 s.

98. Pismachenko L. Mytno-taryfne rehuliuvannia yak zasib zakhystu ekonomichnykh interesiv derzhavy u sferi zovnishnoi torhivli. Ekonomika ta derzhava. 2007. № 12. S. 49–52.

99. Plakhotna K. Ye. Mytno-taryfne rehuliuvannia v umovakh liberalizatsii torhivli. Ekonomichnyi chasopys – KhKhI. 2012. № 5–6. S. 44–45.

100. Podtserkovnyi O. Pro perevirku vysnovkiv nauky hospodarskoho prava tendentsiiamy rozvytku hospodarskoho zakonodavstva. Pravo Ukrainy. 2010. № 8. S. 39–46.

101. Polishko N. L. Osoblyvosti ukladannia dohovoriv na torhakh, auktsionakh, konkursakh / N. L. Polishko // Yurydychna nauka. 2011. № 4–5. S. 24–30.

102. Polishchuk O. V., Burdun K. S. Metody derzhavnoho rehuliuvannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti v Ukraini. Stratehiia rozvytku Ukrainy. 2011. № 3. S. 112–115.

103. Pravove rehuliuvannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti: navch. posib. H. O. Antselevych, V. O. Holubieva, T. V. Zlunitsyna ta in.; Za zah. red. O. Kh. Yuldasheva. K.: MAUP,2005. 272 s.

104. Problemy pravovoho rehuliuvannia dohovirnykh vidnosyn subiektiv hospodariuvannia: monohrafiia / V. M. Adam ta in.; za zah. red. M. S. Dolynskoi. Lviv: TOV «Halytska vydavnycha spilka», 2019. 247 s.

105. Savytska N. L., Melushova I. Iu., Krasnousov A. V., Olinichenko K. S. Torhovelne pidpryiemnytstvo: navchalno-metodychnyi posibnyk. Kharkiv: Vydavnytstvo Ivanchenka I. S., 2017. 214 s.

106. Saksonov V. B. Pravovi osoblyvosti zovnishnoekonomichnykh dohovoriv (kontraktiv) Ukrainy. Naukovyi visnyk Dnipropetrovskoho derzhavnoho universytetu vnutrishnikh sprav. 2012. № 2. S. 252–259.

107. Systema rehuliuvannia vnutrishnoi torhivli Ukrainy: monohrafiia / V. V. Apopii, I. M. Kopych, O. H. Bilatain; zared. V. V. Apopiia, I. M. Kopycha. Kyiv: Akademvydav, 2012. 424 s.

108. Sim raziv vidmiriaty, persh nizh vidrizaty. Zemlevporiadnyi visnyk. 2013. № 4. S. 2.

109. Skriabina D. S. Teoretychni osnovy derzhavnoho rehuliuvannia ZED: definitsii, mekhanizmy ta oznaky. Derzhava ta rehiony. 2011. № 3. S. 76–83.

110. Slovar russkoho yazыka: okolo 57000 slov / Ozhehov S. Y. 6-e yzd., Stereotyp. M.: Sov.эntsykl. 1964. 900 s.

111. Statyvka A. O dohovorakh na okazanye reklamnыkh usluh ahrarnым proyzvodyteliam. / A. Statyvka // Hrazhdanskoe pravo. 1997. № 4. S. 11–14.

112. Stipakhno V. I. Poniattia pro sutnist mytnoho taryfu. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. 2010. № 2. S. 95–98.

113. Storozhuk O. V., Svyrydenko H. M. Mytno-taryfne rehuliuvannia yak faktor zabezpechennia zovnishnoekonomichnoi bezpeky derzhavy v umovakh yevrointehratsii. Svitove hospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny. 2017. Vyp. 17. S. 94–98.

114. Storozhchuk V. M. Transformatsiia funktsii mytnoho taryfu v umovakh liberalizatsii mytno-taryfnoho rehuliuvannia. Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. 2017. Vyp. 23. Ch. 1. S. 30–34.

115. Taranenko M. S. Taryfne ta netaryfne rehuliuvannia yak instrument realizatsii ekonomichnoi dyplomatii Ukrainy. Intelekt KhKhI. 2018. № 2. S. 34–38.

116. Tkachenko O. Osoblyvosti formuvannia systemy derzhavnoho upravlinnia zovnishnoekonomichnoiu diialnistiu v umovakh rozvytku mizhnarodnykh intehratsiinykh protsesiv. Visnyk Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezydentovi Ukrainy. 2011. № 4. S. 168–175.

117. Tokunova A. V. Do pytannia pro derzhavne rehuliuvannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti v Ukraini. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. 2014. Vyp. 26. S. 97–102.

118. Tonkov K. V. Henezys y stanovlenye torhov v Rossyy y zarubezhnыkh stranakh: ystorycheskyi ocherk / K. V. Tonkov // Sovremennoe pravo: nauch.-prakt. zhurnal. 2012. № 12. S. 152–155.

119. Torhovelne pidpryiemnytstvo: navchalno-metodychnyi posibnyk / N. L. Savytska, I. Iu. Melushova, A. V. Krasnousov, K. S. Olinichenko. Kh.: Vydavnytstvo Ivanchenka I.S., 2017. 214 s.

120. Tochylin V., Ostapko T., Olefir V. Stan i perspektyvy rozvytku vnutrishnoho rynku Ukrainy. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. 2005. № 6. S. 5–12.

121. Tretiak O. A. Marketynh: vzaymosviazy proyzvodstva, torhovly y potreblenyia. SPb.: Vyd-vo SPbun-tu, 1992.

122. Turianskyi Yu. I. Myto v systemi fiskalno-ekonomichnykh vazheliv rehuliuvannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti. Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. 2014. Vyp. 7. Ch. 1. S. 152–156.

123. Ukrainska universalna birzha – naibilsha torhova birzha v Ukraini URL: https://www.uub.com.ua/files/uub-presentation-2015.pdf

124. Khasan A. A. Reklama. Perspektyvni obiekty rozmishchennia. Visnyk ZhDTU. 2016. Seriia ekonomichni nauky. № 2 (76). S. 84-90.

125. Kheruvimova T. O. Osoblyvosti normatyvno-pravovoho rehuliuvannia obmezhennia eksportu tovariv. Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo. 2012. № 1. S. 39–44.

126. Tsarov R. Yu. Elektronna komertsiia. Navchalnyi posibnyk z pidhotovky bakalavriv za napriamom «Telekomunikatsii». Odesa: ONAZ im. O. S. Popova, 2011. 112 s.

127. Tsili, zavdannia ta funktsii reklamy. URL: http://marketing-helping.com/konspekti-lekcz/21-konspekt-lekczj-qosnovi-marketinguq/433-czl-zavdannya-ta-funkcz-reklami.html

128. Chaikovska V. V. Pro problemy vyznachennia systemy dzherel pravovoho rehuliuvannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti. Porivnialno-analitychne pravo. 2014. № 8. S. 220–223.

129. Chyzhova A. D. Эvoliutsyia ynstytuta torhov / A. D. Chyzhova // Ystoryia hosudarstva y prava. 2012. № 13. S. 35–38.

130. Sherr Y.F. Uchenye o torhovle: per. Snemetskoho. Kn. 1, 2. Moskva: Perspektyva, 1993. 235 s.

131. Shershenevych H. F. Kurs torhovoho prava (Klassyka rossyiskoi tsyvylystyky). T. II: Tovar. Torhovыe sdelky / H. F. Shershenevych. M.: Statut, 2003. 544 s.

132. Shyshka O. R. Dohovir na stvorennia ta rozpovsiudzhennia reklamy: dys…kand. yur. nauk: 12.00.03 / O. R. Shyshka. Kharkiv, Nats. univ-t vnutr. sprav, 2005. 216 s.

133. Yurydychna entsyklopediia: v 6 t. Yu. S. Shemshuchenko (vidp. red.) ta in. Kyiv: Ukr. Entsykl, 1998. T. 1: A–H. 672 s.

134. Yushyna S. I. Suchasnyi stan ta deiaki kolizii pravovoho rehuliuvannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti v Ukraini. Visnyk hospodarskoho sudochynstva. 2009. № 1. S. 54–58.

135. UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998. United Nations publication. URL: https://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450_Ebook.pdf

136. Zwass V. Electronic Commerce: Structures and Issues. International Journal of Electronic Commerce. 1996. Vol. 1, № 1, Fall. P. 3–23. URL: http: // www.gvsu.edu/ssd/ijec/v1n1/p003full.html

Informatsiini resursy Internet

1. Ofitsiinyi sait Derzhavnoi audytorskoi sluzhby Ukrainy URL: https://dasu.gov.ua/

2. Ofitsiinyi sait Audytorska palata Ukrainy URL: https://www.apu.com.ua/

3. Ofitsiinyi sait Kabinetu Ministriv Ukrainy URL: https://www.kmu.gov.ua/

4. Ofitsiinyi sait Verkhovnoi Rady Ukrainy URL: https://www.rada.gov.ua/

5. Ofitsiinyi sait Derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy URL: https://tax.gov.ua/

6. Ofitsiinyi sait Mizhnarodnoi torhovoi palaty, Frantsiia URL: https://iccwbo.org/

7. Ofitsiinyi sait Ministerstva rozvytku ekonomiky, torhivli ta silskoho hospodarstva Ukrainy URL: https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA

8. Ofitsiinyi sait Antymonopolnoho komitetu Ukrainy URL: https://amcu.gov.ua/

9. Ofitsiinyi sait Torhova-promyslovoi palaty Ukrainy URL: https://ucci.org.ua/

10. Ofitsiinyi sait Derzhavnoi rehuliatornoi sluzhby Ukrainy URL: http://www.drs.gov.ua/

Навчальне видання

СЕРІЯ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ»

Никитченко Наталія Валеріївна, Крикун Віктор Борисович,
Боднарчук Олег Григорович, Боднарчук Оксана Іванівна,
Минюк Олена Юріївна, Починок Карина Борисівна,
Онишко Олег Володимирович, Роженюк Олена Олександрівна

ТОРГОВЕ ПРАВО
TRADE LAW

Навчальний посібник

Відповідальний за випуск	*Д. Ф. Салахова*
Відповідальний редактор	*І. Є. Врублевська*
Редактор	*О. В. Данильчик*
Форматування та комп’ютерна верстка	*О. В. Лисенко*

Здано до друку 10.08.2021. Формат 60 × 84 / 16
Папір офсетний № 1. Гарнітура «Times New Roman»
Друк. арк. 25.0
Тираж 300 примірників. Замовлення № 980

Підготовлено до друку Видавничо-поліграфічним центром
Університету ДФС України
08205, вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, Київська область, Україна

*Свідоцтво про внесення суб’єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготовлювачів і
розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 5104 від 20.05.2016*

У СЕРІЇ «МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ» ВИЙШЛИ ДРУКОМ:

2002
«Основи митної справи»
«Митний контроль та митне оформлення»
2003
«Таможенное оформление морских грузов»
«Основы таможенного дела в Украине»
«Митний контроль на автомобільному транспорті»
2004
«Митний контроль на залізничному транспорті»
«Митне оформлення автотранспортних засобів»
«Основи митної справи в Україні»
«Митний кодекс України та нормативно-правові акти, що регулюють його застосування»
«Митний контроль на повітряному транспорті»
«Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні»
«Коментар до Митного кодексу України»
2005
«Порядок заповнення вантажної митної декларації»
2006
«Основи мистецтвознавчої експертизи та вартісної оцінки культурних цінностей»
«Історія митної справи в Україні»
«Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні»
2008
«Основи митної справи в Україні»
2009
«Таможенный контроль: на пути к международным стандартам»
«Таможенный контроль в морских пунктах пропуска»
«Митне оформлення енергоносіїв»
«Митна безпека»
«Міжнародні перевезення товарів автомобільним транспортом: теорія і практика»
«Підготовка та підвищення кваліфікації митних брокерів і декларантів: збірник нормативних документів і відомчих роз'яснень»
2010
«Святий Матфей. Митар. Апостол. Євангеліст»
«Історія митної діяльності: Україна в європейському контексті»
2011
«Митні інформаційні технології»
«Особливості митної класифікації товарів»
«Інфраструктура відкритих ключів: технології, архітектура, побудова та впровадження»
«Розподілені бази даних»
2012
«Інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності митних органів»
«Митний кодекс України» / Коментар до ст. 6»
«Митна політика та митна безпека: концептуальне визначення та шляхи забезпечення»
«Архітектура комп'ютера»
«Комп'ютерна схемотехніка»
2013
«Актуальні питання теорії та практики митної справи»
«Історія митної діяльності»
«Механізми державного управління митною справою»
«Формування системи митного аудиту»
2014
«Митна енциклопедія, т. 1»
«Митна енциклопедія, т. 2»
«Митна енциклопедія, т. 3»

У СЕРІЇ «ПОДАТКОВА ТА МИТНА СПРАВА В УКРАЇНІ» ВИЙШЛИ ДРУКОМ:

2015

«Митне регулювання України: національні та міжнародні аспекти»
«Українська митниця: вчора, сьогодні, завтра»
«Митна політика держави та її реалізація митними органами»
«Механізми державного управління митною справою»
«Історія митної діяльності»
«Митне право України»
«Реформування податкової системи України: сучасні виклики та орієнтири»
«Митна справа»
«Міжнародні економічні відносини»
«Адміністративно-правове сприяння соціально-економічному розвитку в Україні: теоретико-методологічні засади»
«Бухгалтерський облік в умовах застосування інформаційних технологій: історія та практика»
«Розслідування злочинів, пов'язаних із неналежним виконанням професійних обов'язків медичними працівниками: сучасний стан, проблеми та напрями удосконалення»
«Формування управлінської компетентності майбутніх економістів у процесі професійної підготовки: теорія і практика»
«Let Develor English skills»
«Кримінальний процес України»
«Європейська інтеграція»
«Протидія розслідуванню кримінальних правопорушень у сфері оподаткування: теорія та практика»
«Інформатика та обчислювальна техніка: практикум»

2016

«Регулятивний потенціал фінансового ринку в умовах глобальних викликів»
«Правовий статус фіскальних органів України та держав-членів Європейського Союзу»
«Психологічні основи у професійній підготовці фахівців ПМ»
«Математика для економістів. Вища математика. Частина І. Лінійна алгебра. Аналітична геометрія»
«Сучасні інформаційні системи і технології: управління знаннями»
«Економічна кібернетика: введення в спеціальність»
«Інформаційні системи та технології у фінансових установах»
«Фінансове забезпечення інноваційного розвитку»
«Практикум з інформаційних систем в економіці»
«Практикум з WEB-програмування»
«Малий та середній бізнес у взаємовідносинах із податковими органами: соціологічна інтерпретація»
«Моделювання систем захисту інформації»
«Формування бюджетної стратегії України: теорія, методологія, практика»
«Актуальні питання розвитку банківської системи України»
«Система державного фінансового контролю: формування та розвиток в Україні»
«Соціалізація студентської молоді у процесі професійної підготовки»
«Розвиток бухгалтерського обліку в умовах інтеграційних процесів»
«Правове забезпечення фінансової безпеки України»
«Grammar for Students of Economics (для економістів)»
«English Grammar for law Students (для юристів)»
«Алгоритмізація та програмування»
«Основи психології та конфліктології для фахової підготовки економістів»
«Проблеми соціологічного, психологічного та педагогічного забезпечення податкових відносин в Україні»
«Математика для економістів. Функція багатьох змінних. Ряди»
«Інформаційні системи і технології»
«Інформаційні системи і технології на підприємстві»
«Теорія ймовірностей та математична статистика: практикум»
«Економічні перспективи підприємництва України»
«Актуальні проблеми теорії держави і права»

2017

«Теорія держави і права»

«Історія митної діяльності»

«Механізм державного управління митною справою»

«Митна політика держави та її реалізація»

«Митне право України»

«Стан та перспективи розвитку бухгалтерського обліку та оподаткування в Україні»

«Державні цільові фонди»

«Аналітично-контрольні аспекти регулювання фінансово-господарської діяльності суб'єктів економіки»

«Міжнародне фінансове право»

«Концептуалізація інституту уповноважених економічних операторів: проблеми забезпечення безпеки та спрощення міжнародної торгівлі»

«Тактика розслідування фінансових злочинів, вчинених із використанням зареєстрованих у зоні пільгового оподаткування компаній»

«Інститут митної вартості імпортних товарів в Україні: актуальні питання та вектори розвитку»

«Державна фіскальна служба України: управління кадровим потенціалом в умовах інституційних змін»

«Фінансовий ринок України: розбудова інфраструктурної компоненти»

«Податкова політика України: теоретико-правовий аспект»

«Митна статистика України»

«Запобігання митним правопорушенням: охорона і захист прав інтелектуальної власності на митному кордоні України»

«Інформаційні системи і технології в податковій справі»

«Митна справа України

«Україна – територія можливостей для розвитку підприємництва»

«Актуальні проблеми приватного права»

«Антикризове управління фінансовими корпораціями»

«Оподаткування електронної комерції в Україні»

«Протидія агресивному податковому плануванню: світовий досвід та виклики для України»

2018

«Податкова діяльність держави в умовах становлення інформаційної постіндустріальної економіки»

«Зовнішня торгівля України. Митна статистика (1991–2016 роки)»

«Митна логістика»

«Інноватика на фінансових ринках»

«Особливості документування махінацій у сфері державних фінансів, при вчиненні яких використовуються зареєстровані на територіях з пільговим оподаткуванням компанії»

«Міжнародне співробітництво держав у сфері захисту національних меншин»

«Адміністрування податків і платежів»

«Регулювання фінансових ринків в умовах глобалізації»

«Управління митними ризиками: теорія та практика»

«Митна вартість транспортних засобів: теоретико-методологічні засади контролю в Україні та міжнародна практика»

«Фінансовий ринок»

«Підприємництво в умовах формування нової економічної і технологічної нормальності суспільства»

«Актуальні проблеми удосконалення системи протидії митним правопорушенням»

«Оподаткування зовнішньоекономічної діяльності»

«Фіскальна політика: теоретичні та практичні аспекти юридичної практики»

2019

«Електронний аудит – сучасна форма електронного контролю»

«Розвиток постмитного аудиту в Україні»

«Податок на доходи фізичних осіб та єдиний соціальний внесок: новації реформ та їх наслідки»

«Підприємницька діяльність»

«Основи оподаткування»

2019

«Інформаційно-аналітичні технології в оподаткуванні»

«Основи зовнішньоекономічної діяльності»

«Актуальні питання запобігання і протидії незаконному обігу тютюнових виробів»

«Управління фінансовими активами»

«Дослідження підприємництва: ключові механізми організації, основні драйвери та перспективи»

«Підприємництво в епоху глобальних трансформацій: виклики та перспективи розвитку»

«Система управління ризиками у державній митній справі»

«Фіскальна політика України в умовах фінансової децентралізації: теорія, методологія, практика»

«Митна наука. Анотований покажчик результатів наукових досліджень (2009–2018 рр.): у 2 т.»

«Приватний і публічний інтерес у системі податкових правовідносин»

«Управління публічними фінансами та проблеми забезпечення національної економічної безпеки»

2020

«Митна статистика України»

«Управлінські інформаційні системи в обліку та оподаткуванні»

«Митне право»

«Модернізація податкової і митної політики в інституціональному забезпеченні розвитку економіки України»

«Імплементація європейських цінностей та технологій оподаткування в Україні»

«Фінансова політика: теоретичні та практичні аспекти юридичної науки»

«Державний фінансовий аудит: проблеми теорії і практики»

«Державний фінансовий контроль»

«Економічна теорія ≈ Economic theory»

«Державні цільові фонди»

«Теоретичні та практичні аспекти визначення та підтвердження походження товарів»

«Організація постмитного контролю та аудиту»

«Фінансове посередництво»

«Правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності»

«Організація бухгалтерського обліку»

«Методологічне та інструментальне забезпечення наукових досліджень»

«Податкова система»

«Митний контроль та митне оформлення в морських пунктах пропуску: проблемні аспекти та напрями удосконалення»

«Сучасні теоретико-практичні аспекти дослідження резистентного соціального капіталу Держмитслужби»

«Митна наука. Анотований покажчик результатів наукових досліджень (2009–2019 рр.)»: у 2 т.

«Бухгалтерський облік та оподаткування в умовах застосування інформаційних технологій: теорія та практика»

«Вектори еволюції та перспективи підприємництва в умовах сучасних викликів»

«Святий Матвій. Митар. Апостол. Євангеліст»

«Публічне управління та адміністрування операцій з товарами, що переходять у власність держави за порушення митного законодавства»

«Управління публічними фінансами та проблеми забезпечення національної економічної безпеки»

2021

«Правове забезпечення фінансової безпеки України»

«Розвиток бухгалтерського обліку та оподаткування в економіці»

«Економіка підприємства»

«Міжнародні стандарти фінансової звітності та їх практичне застосування»

«Митна справа»

«Фінансові інструменти регіонального розвитку в Україні в умовах децентралізації»

«Процесуальні аспекти міжнародного співробітництва при розслідуванні кримінальних правопорушень у сфері оподаткування»

«Торгове право»