

СУЧАСНІ ПРАВОВІ ПІДХОДИ ДО ТЛУМАЧЕННЯ ТЕРМІНУ «ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ»: МІЖНАРОДНИЙ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ ВИМІР

Маркулинець А.А.,

аспірант четвертого року денної форми навчання

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

e-mail: markulynets2@gmail.com

Маркулинець А.А. Сучасні правові підходи до тлумачення терміну «електронна комерція»: міжнародний та національний вимір.

У статті здійснено комплексне дослідження різних підходів до визначення терміну «електронна комерція» в контексті сучасних правових, економічних та технологічних викликів. Аналіз починається з огляду наукових поглядів на електронну комерцію, які варіюються від вузьких трактувань, що акцентують увагу на базових договорах купівлі-продажу за допомогою Інтернет-технологій, до ширших концепцій, які охоплюють всі аспекти електронної взаємодії між суб'єктами господарської діяльності, включаючи логістику, маркетинг, фінансові операції та міжнародні транзакції.

Проведено чітке розмежування терміну «електронна комерція» від суміжних понять, таких як «електронна торгівля», «електронний бізнес» яка здебільшого фокусується на продажі товарів і послуг.

Також у статті досліджено позитивні аспекти електронної комерції, такі як підвищення ефективності бізнес-процесів, зниження транзакційних витрат, доступ до глобальних ринків, підвищена зручність для споживачів тощо. Водночас виявлено низку негативів, серед яких: ризик крадіжки особистих даних, шахрайства з платежами та інші види кіберзлочинності.

Окремо проаналізовано нормативне регулювання електронної комерції на рівні міжнародного права та в Україні. Висвітлено основні законодавчі акти та їх вплив на розвиток правовідносин у сфері електронної комерції.

На основі проведеного дослідження сформульовано три ключові критерії для чіткого визначення електронної комерції, включаючи правовідносини, що виникають через електронні засоби, взаємодію суб'єктів через інтернет, та багаторівневі бізнес-процеси, а саме: *базова електронна комерція, інтегрована електронна комерція та глобальна електронна комерція.*

Запропоновано власне розуміння електронної комерції у вигляді форми підприємницької

діяльності, яка передбачає здійснення комерційних операцій за допомогою інформаційно-телекомунікаційних засобів, охоплюючи широкий спектр процесів, зокрема укладання та виконання договорів купівлі-продажу товарів і послуг, обробку платежів, логістику, маркетинг та рекламу, а також управління валютними і митними операціями під час міжнародних транзакцій, що дозволяє підвищувати ефективність бізнесу і знижувати витрати завдяки автоматизації процесів, оптимізації управління ресурсами, швидкого обміну інформацією, зниження транзакційних витрат та спрощення комунікації між учасниками ринку.

Ключові слова: електронна комерція, правове регулювання, захист прав, інформаційні технології, інформаційно-телекомунікаційні мережі, глобалізація, цифровізація.

Markulinets A.A. Current legal activities come to the complexity of the term "electronic commerce": international and national level.

The article provides a comprehensive study of various approaches to defining the term «electronic commerce» in the context of modern legal, economic and technological challenges. The analysis begins with an overview of scholarly perspectives on e-commerce, which range from narrow interpretations that focus on basic online sales contracts to broader concepts that encompass all aspects of electronic interaction between business entities, including logistics, marketing, financial operations and international transactions.

The term «e-commerce» is clearly distinguished from related concepts, such as «e-commerce», «e-business», which mostly focuses on the sale of goods and services.

The article also explores the positive aspects of e-commerce, such as increasing the efficiency of business processes, reducing transaction costs, access to global markets, increased convenience for consumers, etc. At the same time, a number of negatives have been identified, including the risk of personal data theft, payment fraud, and other types of cybercrime.

The normative regulation of electronic commerce at the level of international law and in Ukraine is separately analyzed. The main legislative acts and their impact on the development of e-commerce are highlighted.

On the basis of the conducted research, three key criteria for a clear definition of e-commerce are formulated, including legal relations arising through electronic means, interaction of entities through the Internet, and multi-level business processes, namely: *basic e-commerce, integrated e-commerce and global e-commerce*.

As a result, a proper *understanding of e-commerce* as a form of business activity is proposed, which involves the implementation of commercial transactions using information and telecommunication means, covering a wide range of processes, including the conclusion and execution of contracts for the sale of goods and services, payment processing, logistics, marketing and advertising, as well as management of currency and customs operations during international transactions, which allows to increase business efficiency and reduce costs due to process automation, optimization of resource management, rapid exchange of information, reduction of transaction costs and simplification of communication between market participants.

Key words: e-commerce, legal regulation, protection of rights, information technology, information and telecommunication networks, globalization, digitalization.

Постановка проблеми. В сучасних умовах електронна комерція перетворилася на невід'ємний елемент світової економіки, сприяючи розвитку цифрових ринків та полегшуючи взаємодію між учасниками цивільних правовідносин. В той же час, відсутність єдиного підходу до тлумачення терміну «електронна комерція» на міжнародному рівні та різноманітність національних правових визначень тягнуть за собою численні дискусії. Так, відмінності в правових підходах ускладнюють регулювання транскордонних відносин, що призводить до правових колізій, невизначеності у питанні захисту прав учасників електронного ринку, а також ускладнює формування єдиного правового поля для глобальної електронної торгівлі.

Таким чином, динамічний розвиток цифрових технологій та глобалізація цивільних відносин зумовлюють актуальність та важливість даного дослідження. Гармонізація підходів до правового тлумачення терміну «електронної комерції» є також необхідною для усунення правових бар'єрів та сприяння міжнародній співпраці, дозволяючи виявити ключові проблеми та запропонувати шляхи їх вирішення, що є важливим для розбудови ефективної та безпечної сфери до-

сліджуваних правовідносин в умовах глобальних тенденцій.

Стан опрацювання проблематики. Особливості електронної комерції висвітлювалися у працях багатьох економістів і юристів. Зокрема, правове забезпечення електронної комерції вивчали О. Воробйова, В. Резнікова; міжнародно-правовий досвід оподаткування досліджував І. Белік, а тенденції розвитку електронної комерції в Україні та світі аналізували О. Кот, Д. Антоненко, Д. Белов, М. Белова, О. Мельничук, С. Пиріг. Окремі аспекти правового регулювання електронної комерції в Україні розглядали О.А. Баранов, О.М. Вінник, Т.С. Гудіма, Д.Д. Євтушенко, К.М. Краус, Н.М. Краус, Я. Лазур та інші науковці. Незважаючи на значний внесок цих дослідників, підходи до правового регулювання електронної комерції все ще різняться. Вітчизняній науці цивільного права бракує сучасних досліджень, що ґрунтуються на новітньому законодавстві та визначають пріоритетні шляхи розвитку правового регулювання в умовах цифрової економіки.

Мета даного дослідження полягає в аналізі сучасних правових підходів до тлумачення терміну «електронна комерція» на міжнародному та національному рівнях, виявленні відмінних та спільних рис, а також у визначенні напрямків для гармонізації правового регулювання цієї сфери з урахуванням динамічного розвитку цифрової економіки.

Виклад основного матеріалу. Протягом останнього десятиліття індустрія електронної комерції зазнала значного зростання завдяки зручності та доступності онлайн-покупок, що сприяло збільшенню їх попиту серед споживачів. Однак, разом із цим, сектор електронної комерції стикається з численними викликами. Одним із таких є необхідність пошуку уніфікованого підходу до терміну «електронна комерція», що забезпечить єдине розуміння та регулювання в глобальному контексті.

Як справедливо зауважують В.В. Коваль та О.Г. Дроздова, електронна комерція як порівняно нове явище на національному ринку, швидко поширюється залучаючи зацікавлених учасників. Проте відсутність єдиного стандарту створює плутанину і заважає подальшому прогресу в цій сфері [1].

Електронна комерція є сучасним явищем, яке почало входити в активний вжиток бізнес-лексикону не раніше ніж в 1970-х роках. На сьогодні ми спостерігаємо ріст низки економічних активностей, що забезпечуються підтримкою електронних платформ. Однак література та спеціалізовані видання часто не проводять чітких паралелей між «електронним бізнесом», «електронною комерцією», «електронними ринками» та іншими пов'язаними термінами. Це і не

дивно, оскільки сфера електронної комерції та організаційних процесів перебуває у постійних та масштабних технологічних змінах. Таким чином, безпаперова торгівля стала доступною навіть для звичайного кола споживачів, що стало наслідком розширеного використання персональних комп'ютерів, зростання телекомунікаційних мереж і повсюдності Інтернету [2].

Масова повсюдність терміну «електронна комерція» зросла в першу чергу через її часте отожднення з поняттям «електронного бізнесу». Проте з часом дослідники почали розрізняти електронну комерцію і електронний бізнес.

Як підкреслює С.О. Пиріг, новий тип економічної діяльності, зокрема «електронний бізнес», став можливим, в першу чергу завдяки вдосконаленню інтернет-технологій. Ці технології сприяли оптимізації бізнес-процесів, а також підвищили їх продуктивність та ефективність [3].

Так, Д. Євтушенко досліджуючи «електронний бізнес» отожднює такий з підприємництвом, яке базується на інформаційних технологіях для вдосконалення взаємодії між підприємством, постачальниками, партнерами та клієнтами, з метою підвищення загальної ефективності бізнесу та оптимізації бізнес-процесів, таких як виробництво, управління запасами, розробка продукту, управління ризиками, фінансами, знаннями та людськими ресурсами тощо [4].

В. Стахарчук та А. Стахарчук дотримуються схожої позиції, зазначаючи, що під «е-бізнесом» слід розуміти нову модель економічної діяльності, що інтегрує використання інформаційно-комунікаційних технологій і мереж як основних компонентів макроекономічного середовища. Науковці називають електронний бізнес основним інструментом реалізації оперативних комерційних і фінансових операцій, спрямованих на підвищення ефективності існуючих бізнес-сегментів або на розширення і динамічний розвиток нових задля досягнення стабільного соціально-економічного результату [5].

Досить широке, як на нашу думку визначення «е-бізнесу» дає Т.В. Марусей, трактуючи його як бізнес, що охоплює будь-яку комерційну діяльність, яка використовує можливості глобальних інформаційних мереж для оптимізації як внутрішніх, так і зовнішніх зв'язків з метою генерації прибутку [6].

Дещо вужче підходять О.О. Зайцева та І.М. Болотинюк, стверджуючи що «електронний бізнес» передбачає модернізацію основних бізнес-процесів компанії шляхом впровадження інтернет-технологій для підвищення ефективності її діяльності. Зазначене, як вказують науковці, зокрема включає будь-яку комерційну діяльність, що використовує глобальні інформаційні

мережі для вдосконалення як внутрішніх, так і зовнішніх зв'язків організацій [7].

Разом з тим, В. Полях, Н. Кривошеєва, В. Клочко, О. Шарапова та Н. Чуйко наголошують на важливості уточнення та ієрархічного розмежування також термінів «електронна комерція» та «електронна торгівля». Вони стверджують, що електронна комерція охоплює ширший спектр діяльності, включаючи електронну торгівлю, тоді як електронний бізнес є ще більш загальним поняттям, яке вважається вищим рівнем в ієрархії електронної комерції [8].

Так, І. Федішин, досліджуючи категорію «електронної торгівлі» зазначає, що такою є вид комерційної діяльності, при якому укладаються угоди в електронному форматі стосовно як фізичних, так і цифрових товарів [9].

У свою чергу, О. Бурдяк зазначає, що «електронна торгівля» це комерційна діяльність, що включає реалізацію товарів, виконання робіт і надання послуг з використанням сучасних технологій, таких як інтернет, корпоративні мережі та електронний документообіг [10].

Разом з тим, підкреслимо той факт, що при огляді літератури доходимо до висновку, що для позначення таких понять, як «електронний бізнес», «електронна комерція», «електронна торгівля» та «інтернет-торгівля», використовуються різні терміни. Деякі дослідники навіть прирівнюють «інтернет-торгівлю» до «електронної комерції».

Згідно з Т. Кукліною, «інтернет-магазин» реалізує всі ключові бізнес-процеси торговельного підприємства, включаючи: вибір товарів покупцем, оформлення замовлень, фінансові розрахунки, доставку товарів, відстеження виконання замовлень та забезпечення гарантійного обслуговування тощо [11].

Декілька авторів вважають, що термін «інтернет-магазин» представляє собою спосіб організації електронної торгівлі. Наприклад, Л. Гранат підкреслює, що електронна торгівля реалізується через інтернет-магазини [12].

Таким чином, як логічно випливає з вказаного вище, для чіткого розмежування суміжних понять та виведення уніфікованого поняття за доцільне вбачаємо розглянути концептуальне наповнення «електронної комерції» в наукових колах та на рівні нормативних актів.

А. Саммер та Гр. Данкан визначають «електронну комерцію» як будь-яку форму бізнес-процесу, в якій взаємодія між учасниками здійснюється електронними засобами за допомогою інтернет-технологій [13].

Разом із тим, деякі дослідники визначають електронну комерцію як комплекс всіх транзакцій між підприємством і його партнерами, що проводяться з використанням інформаційних технологій. Це має на меті автоматизацію біз-

нес-процесів для зменшення витрат і підвищення економічної ефективності підприємства [14].

У свою чергу, Ю.О. Шкригун трактує електронну комерцію як форму комерційної діяльності, яка здійснюється через електронні взаємодії між економічними агентами [15].

Так, цікавої позиції дотримуються чеські науковці, стверджуючи, що можливості, які продукує електронна комерція, дозволили компаніям охопити глобальну клієнтську базу, надаючи їм доступ до ринків, які раніше були недоступними. Електронна комерція також являється більш екологічно стійкою, ніж традиційна роздрібна торгівля, оскільки вона зменшує потребу у фізичних магазинах і може призвести до більш ефективних систем доставки та транспортування [16].

Як справедливо зауважує зарубіжний науковець А. Різберг, електронна комерція сприяла зростанню світової економіки, генеруючи нові можливості для бізнесу та одержуючи доходи для уряду за рахунок податків та інших зборів. Зростання електронної комерції принесло багато переваг усім зацікавленим сторонам, таким як споживачі, підприємства, уряд тощо. Однак, зростання індустрії електронної комерції дає не тільки переваги, але й певні проблем. Таким чином, для того, щоб краще зрозуміти ландшафт індустрії електронної комерції, важливо вивчити переваги та проблеми цього нового типу комерції, а також шляхи, якими компанії можуть обійти ці перешкоди та розвиватися в умовах високої конкуренції [17].

Так, однією з найважливіших переваг індустрії електронної комерції є підвищена зручність для споживачів. Інтернет-магазини, згідно опублікованих даних, дають клієнтам можливість робити покупки в будь-який час, не стикаючись із проблемами паркування чи стоячи в черзі, тратою часу на доїзд тощо [18].

Варто зазначити, що висновки деяких дослідників є справедливими, адже розвиток інформаційно-комунікаційних технологій дійсно впливає на зміну економічних відносин. Зокрема, це сприяє становленню цифрової економіки, яка базується на інформаційних засобах виробництва та інформаційних товарах і послугах. У цифровій економіці інформація стає основним предметом і інструментом праці, а основними результатами виробництва і споживання є послуги та інформаційні продукти [19].

Л.Я. Патраманська, поряд із низкою переваг електронної комерції, акцентує також на деяких її недоліках, а саме:

1) *для споживачів* основними недоліками є: можливість контролю за їхніми діями через засоби ідентифікації, що призводить до втручання у приватність; окрім того, частина населення, яка не має доступу до Інтернету, за-

лишається поза можливістю користуватися перевагами електронної комерції, і не всі товари чи послуги представлені онлайн; споживачі не завжди можуть пересвідчитись у якості товарів до їх отримання, що підвищує ризики покупок; необхідність авансової сплати, складнощі з поверненням товарів, повільна доставка і збільшення вартості замовлень через додаткові витрати на логістику та обробку платежів; заплутаність і складність орієнтування у безмежному інформаційному просторі Інтернету;

2) *для виробників* електронна комерція також приносить чимало викликів, зокрема: втрачається можливість особистого контакту з клієнтами, що обмежує використання інтуїтивних підходів до продажу; посилення конкуренції на глобальному рівні робить ринок складнішим, а забезпечення належної технологічної підтримки електронної торгівлі потребує значних фінансових вкладень; проблеми ціноутворення виникають через відкритий доступ до інформації, що унеможлиблює завищення цін; розробка і підтримка онлайн-вітрин є складною і вимагає координації роботи різних відділів компанії; відкритість інформації збільшує ризики порушень прав інтелектуальної власності, плагіату та фінансових шахрайств, що створює потребу в посиленій інформаційній безпеці; переорієнтація з традиційних паперових носіїв на електронні може ускладнити внутрішній контроль і бухгалтерський облік, а працівникам, недостатньо обізнаним у сучасних інформаційних технологіях, важко адаптуватися до нових умов; необхідність найму спеціалістів для адміністрування сайту та оновлення контенту;

3) *щодо ділових контрагентів*, електронна комерція: ставить під загрозу посередництво, яке може втратити актуальність; викликає потребу у підвищеній довірі між партнерами, адже реальне існування контрагентів не завжди можна підтвердити; у разі відсутності уніфікованих стандартів і правил ведення іноземного бізнесу може призвести до непорозумінь і конфліктів; ускладнює координацію економічних відносин між учасниками ринку у віртуальному середовищі;

4) *для держави та суспільства* електронна комерція має негативні аспекти через: нерівномірність розвитку в різних регіонах і галузях. Так, у країнах із низьким рівнем економічного розвитку електронний бізнес не завжди є пріоритетним, а розвиток електронної комерції вимагає значних вкладень у науку, техніку та інфраструктуру. Монополізація ринків також стає ще однією проблемою, оскільки малі підприємства не завжди можуть конкурувати з великими гравцями. В додаток, недостатній контроль за товарно-грошовими потоками та правова невизначеність сприяють зловживанням,

шахрайствам і ухиленню від оподаткування, що негативно позначається на державних фінансах [20].

Наукою цивільного права серед недоліків електронної комерції вказуються також такі, як ризик крадіжки особистих даних, шахрайства з платежами та інші види кіберзлочинності, а оскільки платформи електронної комерції вразливі до кібератак, останнє призводить до витоку даних і втрати довіри клієнтів [21].

Л.В. Товкун та М.О. Перепелиця пропонують аналізувати електронну комерцію як у вузькому, так і в широкому контексті. В узькому сенсі, на їхню думку, електронна комерція зосереджена на операціях купівлі та продажу товарів і послуг через інтернет. В ширшому розумінні, електронна комерція охоплює всі аспекти бізнес-діяльності, що реалізуються через мережу Інтернет. Це включає в себе не тільки продаж і покупку товарів і послуг, але й онлайн-маркетинг, перекази грошей, а також збір і обробку даних і надання інформації про таку діяльність [22].

Що стосується нормативно-правового врегулювання, слід підкреслити, що відносини у сфері електронної комерції на вітчизняному рівні регулюються Конституцією України [23], Цивільним кодексом України [24], Господарським кодексом України [25], Законами України «Про електронну комерцію» [26], «Про захист прав споживачів» [27], «Про рекламу» [28], «Про електронні документи й електронний документообіг» [29], «Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги» [30], «Про електронні комунікації» [31], а також міжнародними договорами, згода, на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

Так, Закон України «Про електронну комерцію» регулюючи предметне коло досліджуваного терміну вказує на той факт, що відносини, що виникають у сфері електронної комерції, реалізуються через вчинення сторонами правочинів, пов'язаних із укладанням або виконанням угод щодо постачання електронних товарів, продажу чи постачання товарів, виконання робіт, надання послуг або здійснення інших дій, спрямованих на отримання прибутку за допомогою електронних повідомлень, якщо в результаті таких дій у сторін виникають майнові зобов'язання» [26].

Однак, погоджуємось з Я.В. Петруненко, М.В. Сиротко та В.В. Тройніков, які підкреслюють, що законодавче розуміння електронної комерції є досить обмеженим і не повністю відповідає визначенню. Так, згідно з цим законом, електронна комерція охоплює будь-які форми реалізації товарів і послуг, якщо така діяльність дозволяє взаємодію між сторонами без фізичної присутності. Разом з тим, зазначене включає

ширший процес, від отримання інформації про товар або послугу та ознайомлення з їх характеристиками (включаючи технічну документацію), до оформлення замовлення, оплати та отримання товару чи послуги. При цьому можливе використання поштових або кур'єрських послуг для доставки товарів або результатів послуг [32].

У Європейському Союзі склалася особлива система міжнародно-правового регулювання електронної комерції, де діють одночасно норми міжнародного, наднаціонального та національного права. При цьому наднаціональні норми, що регулюють електронну комерцію, мають відповідати міжнародному праву і не суперечити його положенням [33].

Аналізуючи міжнародний досвід оподаткування електронної комерції, І.Б. Белік відзначає, що на глобальному рівні обговорюється низка питань, зокрема адміністративного регулювання, яке стосується електронної комерції, включаючи валютні та митні аспекти. Важливою є необхідність гармонізації податкових систем через співпрацю між податковими органами та підприємствами, що дозволить ефективно вирішити ці питання. Вказане не тільки сприятиме розвитку електронної комерції, але й допоможе уникнути зловживань в електронних мережах і забезпечить додаткові надходження до державного бюджету [34].

З метою розвитку Типового закону «Про електронну торгівлю», в межах Генеральної Асамблеї ООН у 2005 році було укладено міжнародну Конвенцію «Про використання електронних повідомлень у міжнародних угодах», яка має на меті створення уніфікованих та обов'язкових правил щодо укладення та виконання електронних угод [35].

У березні 1998 року Секретаріат Світової організації торгівлі (далі – СОТ) опублікував доповідь «Електронна торгівля і роль СОТ», яка стала першим кроком СОТ у напрямку розробки підходів до регулювання міжнародної електронної комерції. У тому ж році США запропонували СОТ укласти угоду між країнами-членами щодо введення постійного мораторію на митні збори за доставку товарів і послуг у електронному вигляді [36].

США не отримали одностайної підтримки своєї пропозиції, але на Другій конференції міністрів СОТ у травні 1998 року в Женеві учасники зустрічі «великої сімки» ухвалили Декларацію про глобальну електронну комерцію. Ця декларація підтвердила практику безмитного імпорту програмного та апаратного забезпечення, необхідного для розвитку електронної торгівлі, з продовженням терміну цієї практики на один рік та з можливістю автоматичного перегляду і розширення номенклатури в майбутньому [37].

Разом з тим, 7 грудня 2017 року Всесвітня митна організація прийняла Резолюцію про транскордонну електронну комерцію у м. Луксор. Резолюцією, зокрема окреслюються наступні керівні принципи транскордонної електронної комерції: удосконалення роботи з електронними даними та управління ризиками; полегшення та спрощення; безпека і захищеність; збір доходів; вимірювання та аналіз; партнерства; інформування громадськості, інформаційно-просвітницька робота та розбудова потенціалу; законодавчі бази.

Так, Луксорська резолюція за основну мету ставила перед собою допомогу митниці, державним установам, бізнесу та іншим зацікавленим сторонам у розумінні, координації та реагуванні на виклики електронної комерції, що виникають [38].

Висновки. Отже, з метою розмежування суміжних термінів: «електронний бізнес», «електронна комерція» та «електронна торгівля» важливо врахувати їхні специфічні аспекти і функціональні відмінності (схематично зобразимо на Рис. 1).



Рисунок 1

Електронний бізнес є найширшим поняттям серед цих термінів. Він охоплює всі види комерційної та бізнесової діяльності, що використовують електронні платформи та інформаційні технології. Вказане, зокрема включає в себе не тільки електронну комерцію та електронну торгівлю, але і інші бізнес-процеси, такі як управління відносинами з клієнтами, управління ланцюгами постачання, автоматизацію бізнес-процесів, обробку даних та аналіз інформації. Загальний вектор електронного бізнесу спрямований на підвищення ефективності бізнес-процесів, інтеграцію технологій у всі аспекти організації і покращення загальної конкурентоспроможності компанії.

Електронна комерція, в свою чергу, є складовою частиною електронного бізнесу і зосереджена на реалізації торгових угод через електронні канали, такі як інтернет або корпоративні мережі. Це специфічний вид діяльності, який включає в себе процеси покупки і продажу товарів та послуг в електронному форматі, а також супутні процеси, такі як обробка замовлень, платежів і управління взаємодією з клієнтами через електронні

платформи. Електронна комерція є однією з основних складових частин електронного бізнесу, що забезпечує зручність і ефективність торгових операцій.

Електронна торгівля є найвужчим терміном і визначається як безпосередня підприємницька діяльність, що здійснюється через мережу Інтернет. Це включає в себе лише ті аспекти бізнесу, які пов'язані з продажем товарів і послуг через електронні канали. Електронна торгівля концентрується на процесах, що мають відношення до безпосередньої транзакційної діяльності в інтернеті, без врахування більш широких аспектів, що стосуються управління бізнесом та інтеграції технологій.

Таким чином, проаналізувавши низку підходів до розуміння електронної комерції, як з боку правової практики, так і з боку правових позицій та концепцій, пропонуємо диференціювати підходи, що склалися в царині вітчизняної та міжнародної правової думки щодо характеристики терміну «електронна комерція» та запропонувати такі її форми (схематично зображено на Рис. 2), а саме:

Базова е-комерція	Інтегрована е-комерція	Глобальна е-комерція
<ul style="list-style-type: none"> • договірні правовідносини • платіжні правовідносини • правовідносини щодо захисту прав споживачів • правовідносини щодо доставки товарів 	<ul style="list-style-type: none"> • договірні правовідносини • платіжні правовідносини • правовідносини щодо захисту прав споживачів • правовідносини щодо доставки товарів • маркетингові правовідносини • рекламні правовідносини • логістичні правовідносини • правовідносини з обробки даних клієнтів 	<ul style="list-style-type: none"> • договірні правовідносини • міжнародні платіжні правовідносини • правовідносини щодо валютного регулювання • правовідносини з митного оформлення • правовідносини з міжнародної доставки товарів • податкові правовідносини • правовідносини щодо захисту прав споживачів у транскордонній торгівлі • правовідносини з обробки та захисту персональних даних у міжнародному контексті

Рисунок 2

1. *Базова електронна комерція.* Деякі дослідники характеризують електронну комерцію як будь-яку форму бізнес-процесу, де взаємодія між учасниками здійснюється за допомогою електронних засобів та інтернет-технологій. Цей тип електронної комерції охоплює базові угоди купівлі-продажу, укладені за допомогою електронних засобів, як-от через вебсайти чи платформи електронної торгівлі;

2. *Інтегрована електронна комерція.* Інші науковці акцентують увагу на тому, що електронна комерція охоплює не тільки купівлю і продаж товарів та послуг онлайн, але і включає ширший спектр бізнес-активностей, таких як: реклама продукції, організація логістики та доставки товарів, маркетингові стратегії тощо. Інтегрована форма електронної комерції в першу чергу полягає в наявності взаємодії з клієнтом на різних етапах, а не тільки під час продажу товарів;

3. *Глобальна електронна комерція,* яка включає не лише продаж і обслуговування, але й додаткові операції, такі як розрахунки в різних валютах, міжнародні платежі, митні процедури, а також інші транскордонні процеси. Важливими тут стають питання валютного регулювання, митного оформлення і взаємодії з податковими органами, що робить цей вид комерції складнішим і глобальним.

Таким чином, електронна комерція — це форма підприємницької діяльності, яка передбачає здійснення комерційних операцій за допомогою інформаційно-телекомунікаційних засобів, охоплюючи широкий спектр процесів, зокрема укладання та виконання договорів купівлі-продажу товарів і послуг, обробку платежів, логістику, маркетинг та рекламу, а також управління

валютними і митними операціями під час міжнародних транзакцій, що дозволяє підвищувати ефективність бізнесу і знижувати витрати завдяки автоматизації процесів, оптимізації управління ресурсами, швидкого обміну інформацією, зниження транзакційних витрат та спрощення комунікації між учасниками ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Коваль В.В., Дроздова О.Г. Державне регулювання та обліково-аналітичне забезпечення розвитку електронної комерції у споживчому секторі. *Проблеми економіки.* 2016. № 3. С. 53–59.
2. Wigand, Rolf T. *Electronic Commerce: Definition, Theory, and Context/ The information society.* 1997. № 13. Р. 1–16.
3. Пиріг С.О. Дослідження ринку електронної комерції в Україні. *Економічні науки. Серія: Облік і фінанси.* 2014. Вип. 11 (1). С. 164–170.
4. Євтушенко Д.Д. Електронний бізнес, електронна комерція, Інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять. *Бізнес Інформ.* 2014. № 8. С. 184–188.
5. Страхарчук В., Страхарчук А. Концептуальні засади електронного банківського бізнесу. *Молодь і ринок.* 2012. № 4 (87). С. 59–64.
6. Марусей Т.В. Основні тенденції розвитку ринку електронної комерції в Україні. *Економіка і суспільство.* 2018. Вип. 14. С. 1011–1015.
7. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: навч. посіб. / за наук. ред. Н.В. Морзе. Івано-Франківськ: Лілея Н.В., 2015. 264 с.

8. Полях В.М., Кривошеєва Н.М., Ключко В.М., Шарапова О.М., Чуйко Н.В. Електронна комерція: теоретико-правові засади та сучасний стан в Україні. *ScienceRise*. 2017. № 5(34). С. 11–17.
9. Федешин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання). Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 97 с.
10. Бурдяк О.М. Клієнтоорієнтована логістика в інтернет-торгівлі. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2018. Вип. 1-2. С. 222–228.
11. Куклінова Т.В. Сучасні тенденції Інтернет-торгівлі в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2018. № 1. С. 95–102.
12. Гранат Л.В. Брендинг підприємств інтернет-торгівлі: тенденції та передумови розвитку. *Інтернаука. Серія: Економічні науки*. 2017. № 7. С. 65–70.
13. Summer A., Dunkan Gr. E-Commerce. New York: NYH Publishing, 1999. 263 p.
14. Євтушенко Д.Д. Електронний бізнес, електронна комерція, Інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять. *Бізнес Інформ*. 2014. № 8. С. 184–188.
15. Шкригун Ю.О. «Електронний бізнес», «електронна комерція» та «електронна торгівля»: відмінності й особливості. *Управління економікою: теорія та практика: 36. наук. праць*. К: ІЕП НАНУ, 2020. С. 312–325.
16. Kunesova H., Micik M. Development of B2C e-commerce in Czech Republic after 1990. *Actual Problems of Economics*. 2015. № 167 (5). P. 470–480.
17. Risberg A.A systematic literature review on e-commerce logistics: Towards an e-commerce and omni-channel decision framework. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*. 2023. № 33 (1). P. 67–91.
18. Choshin M., Ghaffari A. An investigation of the impact of effective factors on the success of e-commerce in small-and medium-sized companies. *Computers in Human Behavior*. 2017. № 66. P. 67–74.
19. Головій Л.В., Янчук Ю.В. Правове регулювання інформаційних відносин у сфері електронної комерції. *Право. Людина. Довкілля*. 2020. Вип. 11. № 2. С. 150–157.
20. Патраманська Л.Ю. Електронна комерція: переваги та недоліки. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4505>.
21. Antoniou G., Batten L. E-commerce: protecting purchaser privacy to enforce trust. *Electronic Commerce Research*. 2011. № 11 (4). P. 421–456.
22. Товкун Л.В., Перепелиця М.О. Правове регулювання електронної комерції та особливості її оподаткування в Україні та світі. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2022. № 3. С. 178–182.
23. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30. Ст. 141.
24. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003 р. № 40. Ст. 356.
25. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003 р. № 18. Ст. 144.
26. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2015 р. № 45. Ст. 2344.
27. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-XII. *Відомості Верховної Ради України*. 1991 р. № 30. Ст. 379.
28. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1996 р. № 39. Ст. 181.
29. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22.05.2003 р. № 851-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003 р. № 36. Ст. 275.
30. Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги: Закон України від 05.10.2017 р. № 2155-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2017 р. № 45. Ст. 400.
31. Про електронні комунікації: Закон України від 16.12.2020 р. № 1089-IX. *Голос України*. 2021. № 7.
32. Петруненко Я.В., Сиротко М.В., Тройніков В.В. Правове регулювання електронної комерції в умовах розвитку цифрової економіки в Україні. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету. Серія: Право*. 2023. Вип. 79. Ч. 1. С. 278–285.
33. Воробйова О.П. Нормативно-правове забезпечення електронної комерції: міжнародний досвід. *Ефективність державного управління*. 2012. Вип. 30. С. 269–275.
34. Белік І.Б. Міжнародно-правовий досвід оподаткування електронної комерції. *Форум права*. 2013. № 2. С. 49–54.
35. United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in

- International Contracts. *United Nations*. 2007. URL: https://uncitral.un.org/en/texts/ecommerce/conventions/electronic_communications.
36. Uniform Electronic Transactions Act. *Annual conference meeting in its one-hundred-and-eighth year in Denver, Colorado July 23–30, 1999*. URL: <http://euro.ecom.cmu.edu/program/law/08-732/Transactions/ueta.pdf>.
37. The Geneva Ministerial Declaration on global electronic commerce. *World Trade Organisation*. 1998. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/mindec1_e.htm.
38. Resolution Of The Policy Commission Of The World Customs Organization On The Guiding Principles For Cross-Border E-Commerce (Luxor, December 2017). URL: https://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/about-us/legal-instruments/resolutions/policy-commission-resolution-on-cross_border-ecommerce_en.pdf?la=en.
39. Лазур Я.В. Забезпечення прав і свобод громадян України у сфері публічного управління: адміністративно-правовий механізм: монографія. К.: Четверта хвиля. 2010. 240 с.
40. Лазур Я.В. Поняття, сутність та елементи адміністративно-правового механізму забезпечення прав і свобод громадян у державному управлінні. Форум права. 2009. № 3. С. 392–398.
41. Белов Д.М., Белова М.В., Палапа Б.Б. Соціальне підприємництво: поняття та ознаки. *Науковий вісник УжНУ. Серія «Право»*. Випуск 75(1). Ч. 1. 2023. С. 149–155.
42. Бисага Ю.М., Белов Д.М., Заборовський В.В. Штучний інтелект та авторські і суміжні права. *Науковий вісник УжНУ. Серія «Право»*. Випуск 76(2). Ч. 2. 2023. С. 299–304.