

УДК 339.3:346.6

DOI <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2023.79.1.47>

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Петруненко Я.В.,

*доктор юридичних наук, професор,
старший науковий співробітник*

*відділу проблем модернізації господарського права та законодавства
Державної установи «Інститут економіко-правових досліджень
імені В.К. Макутова*

Національної академії наук України»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1186-730X>

e-mail: petrunenko@yahoo.com

Сиротко М.В.,

адвокат,

*аспірант Державної установи «Інститут економіко-правових досліджень
імені В.К. Макутова*

Національної академії наук України»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0391-8787>

e-mail: syrotko.m@yahoo.com

Тройніков В.В.,

*аспірант Державної установи «Інститут економіко-правових досліджень
імені В.К. Макутова*

Національної академії наук України»

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-5897-7866>

e-mail: v.v.troinikov@gmail.com

Петруненко Я.В., Сиротко М.В., Тройніков В.В. Правове регулювання електронної комерції в умовах розвитку цифрової економіки в Україні.

У статті висвітлено основні правові засади регулювання електронної комерції в умовах розвитку цифрової економіки в Україні. На підставі науково-правового аналізу визначено особливості електронної комерції як однієї з форм здійснення господарської діяльності, що виникла в умовах цифрової економіки. Обґрунтовано, що електронна комерція – це вид електронного бізнесу, що передбачає реалізацію товарів або надання послуг (а також пов'язаних з цим процесів) дистанційним способом за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.

Охарактеризовано основні наукові підходи до розуміння змісту електронної комерції та її елементів. Окреслено переваги електронної комерції у порівнянні з іншими формами здійснення господарської діяльності. Доведено, що важливою умовою функціонування електронної комерції є наявність платіжних систем, що дозволяють здійснювати розрахунки у мережі Інтернет або іншим дистанційним способом.

Проведено огляд статистичних даних стосовно сучасного стану розвитку електронної комерції в Україні та зроблено висновки про подальші напрями розвитку цієї форми господарської діяльності.

Охарактеризовано акти національного законодавства у сфері регулювання електронної комерції. Визначено основні елементи правовідносин, що виникають у сфері здійснення електронної комерції, які законодавчо врегульовані, та ті, щодо яких відсутнє нормативно-правове регулювання. Виявлено прогалини правового регулювання у сфері здійснення електронної комерції на сучасному етапі розвитку цифрової економіки. Серед них: 1) неурегульованість питань щодо захисту прав споживачів від неправдивої рекламної інформації, що міститься на веб-сайтах або

електронних рекламних оголошеннях, а також від небажаної рекламної розсилки, що здійснюється через електронну пошту або іншими засобами електронного зв'язку; 2) невизначеність усіх важливих умов електронного договору, що мають бути обов'язково включені до його змісту; 3) недостатність правового регулювання захисту інформації, у тому числі персональних даних споживачів, що стають відомими суб'єкту господарювання у зв'язку із здійсненням господарської діяльності у сфері електронної комерції.

На підставі проведеного науково-правового аналізу розроблено пропозиції щодо напрямів удосконалення вітчизняного законодавства у сфері регулювання господарської діяльності у сфері електронної комерції. Визначено перспективи розвитку господарсько-правових відносин у сфері електронної комерції в сучасних умовах функціонування цифрової економіки.

Ключові слова: електронна комерція, цифрова економіка, інформаційно-комунікаційні технології, правове регулювання, господарська діяльність.

Petrunenکو I., Syrotko M., Troinikov V. Legal regulations of electronic commerce under the conditions of the development of the digital economy in Ukraine.

The article highlights the main legal principles of e-commerce regulation in the context of the development of the digital economy in Ukraine. On the basis of scientific and legal analysis, the peculiarities of electronic commerce as one of the forms of economic activity that arose in the conditions of the digital economy are determined. It is substantiated that e-commerce is the type of electronic business, which involves the sale of goods or services, as well as related processes, remotely using information and communication technologies.

The main scientific approaches to understanding the content of electronic commerce and its elements are characterized. The advantages of e-commerce in comparison with other forms of economic activity are outlined. It has been proven that an important condition for the functioning of electronic commerce is the presence of payment systems that allow making payments on the Internet or in another remote way.

A review of statistical data regarding the current state of development of e-commerce in Ukraine was conducted and conclusions were drawn about further directions for the development of this form of economic activity.

Acts of national legislation in the field of electronic commerce regulation are characterized. The main elements of legal relations arising in the field of e-commerce, which are regulated by law, and those for which there is no legal regulation are defined. The authors identified gaps in legal regulation in the field of e-commerce at the current stage of development of the digital economy. Among them: 1) unsettled issues regarding the protection of consumer rights from false advertising information contained on websites or electronic advertisements, as well as from unsolicited advertising sent via e-mail or other means of electronic communication; 2) uncertainty of all important terms of the electronic contract, which must be necessarily included in its content; 3) insufficient legal regulation of information protection, including personal data of consumers, which become known to the economic entity in connection with the implementation of economic activities in the field of e-commerce.

On the basis of the conducted scientific and legal analysis, the authors have developed proposals for improvement of domestic legislation in the sphere of regulation of economic activity in the sphere of electronic commerce. The prospects for the development of economic and legal relations in the field of electronic commerce in the modern conditions of the functioning of the digital economy are determined.

Key words: electronic commerce, digital economy, information and communication technologies, legal regulation, economic activity.

Постановка проблеми. Однією з форм господарської діяльності, яка активно розвивається в Україні в умовах запровадження цифрової економіки, є електронна комерція. Ця форма здійснення господарської діяльності має певні специфічні ознаки, що відрізняють її від традиційних форм господарювання. Відповідно, основу правового регулювання електронної комерції складають норми як загального законодавства, що регулюють господарські правовідносини, так і спеціальні нормативно-правові акти, прийняті для урегулювання деяких специфічних видів правовідносин, які виникають у сфері електронної комерції.

Як зазначає з цього приводу О.А. Баранов, основна маса суспільних відносин, пов'язаних з електронною комерцією, може бути врегульована за допомогою традиційних правових норм, частина з яких потребує певної адаптації та лише для невеликої частини суспільних відносин виникає не-

обхідність створення нових правових норм, що врахують особливості їх регулювання, обумовлені саме фактом використання мережі Інтернет та Інтернет-технологій [1, с. 51].

При цьому, для визначення перспективних напрямів та шляхів удосконалення спеціального законодавства у цій сфері необхідно провести його ґрунтовний аналіз, а також здійснити наукове обґрунтування специфіки господарських правовідносин у сфері електронної комерції, що за своєю природою потребують спеціального регулювання.

Стан дослідження. Деякі окремі питання правового регулювання електронної комерції в Україні досліджували такі науковці як О.А. Баранов, О.М. Вінник, Т.С. Гудіма, Д.Д. Євтушенко, К.М. Краус, Н.М. Краус, О.В. Манжура, М.О. Перепелиця, Л.В. Товкун, Р.Ю. Царьов, О.В. Шаповалова, Ю.О. Шкригун та інші. Відзначаючи важливість їх наукового доробку, все ж таки слід констатувати, що наразі у вітчизняній науці господарського права недостатньо актуальних наукових досліджень, заснованих на аналізі сучасного законодавства у сфері регулювання електронної комерції, присвячених визначенню пріоритетних шляхів розвитку правового регулювання електронної комерції в умовах розвитку цифрової економіки. Між тим, вказана сфера відносин настільки динамічно розвивається, що годі їй встигати за виникненням нових проблемних питань, які потребують негайної реакції з боку держави та належної правової регламентації. Власне, цим і обумовлюється актуальність представленої наукової статті.

Метою нашої статті є проведення аналізу сучасного стану правового регулювання електронної комерції в умовах розвитку цифрової економіки в Україні та визначення шляхів його удосконалення. Для досягнення вказаної мети у статті реалізовано такі **завдання**: 1) проведено огляд наукових робіт, присвячених визначенню поняття та особливостей електронної комерції як однієї з форм господарської діяльності, що виникла в умовах утвердження цифрової економіки; 2) проведено аналіз системи нормативно-правових актів у сфері регулювання електронної комерції; 3) виявлено проблемні питання у сфері правового регулювання електронної комерції в Україні та визначено способи та напрями його удосконалення.

Виклад основного матеріалу. Електронна комерція, незважаючи на її досить широке застосування у світі, є відносно новою для України формою господарської діяльності, яка відрізняється від традиційної тим, що вона реалізується за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.

У науковій літературі досі відсутнє єдине бачення щодо проблематики визначення поняття та особливостей електронної комерції.

Зокрема, деякі вчені вважають, що електронна комерція – це сукупність усіх операцій між підприємством і контрагентами, здійснених за допомогою інформаційних технологій з метою автоматизації бізнес-процесів для оптимізації витрат і збільшення економічної ефективності бізнесу [2, с. 187].

Інші науковці під електронною комерцією пропонують розуміти вид електронної комерційної діяльності, що реалізується через електронну взаємодію економічних суб'єктів [3, с. 324].

У свою чергу, Л.В. Товкун та М.О. Перепелиця вважають за необхідне розглядати електронну комерцію у вузькому і широкому значеннях. У вузькому значенні, на думку науковців, при здійсненні електронної комерції акцент робиться на операціях з купівлі та продажу товарів та послуг онлайн. У широкому значенні електронна комерція – це підприємницька діяльність, яка включає всю ділову активність, що відбувається через мережу Інтернет, а саме: продаж або покупка товарів та надання послуг, онлайн діяльність із маркетингу, переказ коштів, а також збір та обробка даних і надання певних видів інформації щодо проведення такої діяльності [4, с. 179].

При цьому, справедливими видаються висновки деяких науковців про те, що розвиток інформаційно-комунікаційних технологій сприяє змінам у сфері економічних відносин, зокрема формуванню цифрової економіки, основу якої складають інформаційні засоби виробництва й інформаційні товари та послуги; основним предметом і засобом праці в цифровій економіці є інформація, головним продуктом виробництва та споживання – послуги й інформаційні товари [5, с. 150].

Легітимне визначення поняття «*електронна комерція*» наведено у ст. 3 профільного Закону України «Про електронну комерцію», відповідно до змісту якої 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-комунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [6].

Важливо, що згідно з положеннями ч. 2 ст. 1 цього ж Закону його дія не поширюється на правочини, якщо, зокрема, однією із сторін є фізична особа, яка не зареєстрована як фізична особа-під-

приємець та реалізує або пропонує до реалізації товари, виконує роботи, надає послуги з використанням інформаційно-комунікаційних систем, крім випадків, коли сторони прямо домовилися про застосування положень цього Закону до правочину [6].

Тобто, з цього можна зробити висновок, що електронна комерція – це обов'язково форма здійснення господарської діяльності, крім випадків, якщо сторони у договорі прямо домовилися про застосування до правочину положень цього Закону.

Таким чином, законодавець застосовує широкий підхід до визначення поняття електронної комерції, вкладаючи у його зміст будь-яку господарську діяльність, що входить до сфери регулювання Закону України «Про електронну комерцію» [6] та яка здійснюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.

З цього приводу слід звернути увагу також на те, що крім поняття «*електронна комерція*» у згаданому вище Законі [6] вживаються також такі поняття як «*електронна торгівля*» та «*інформаційні електронні послуги*».

Перше визначається як вид господарської діяльності, пов'язаний виключно з купівлею-продажем та реалізацією товарів дистанційним шляхом за допомогою відповідних інформаційно-комунікаційних технологій. У свою чергу, інформаційні електронні послуги – це дистанційний спосіб надання платних або безоплатних послуг щодо оброблення та зберігання інформації.

Відповідно, можна дійти висновку, що електронна комерція включає всі види господарської діяльності, зокрема електронну торгівлю (купівлю-продаж та реалізацію товарів), надання послуг тощо, за умови, якщо така діяльність здійснюється дистанційним шляхом за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.

Що стосується принципів правового регулювання електронної комерції, то відповідно до ст. 5 Закону України «Про електронну комерцію» [6] найбільш важливими з них є: свобода провадження підприємницької діяльності з використанням інформаційно-комунікаційних систем; свобода вибору контрагента, електронних засобів, видів та форм діяльності; свобода конкуренції та забезпечення її сумлінності; свобода вчинення електронних правочинів; 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 та ін.

Вважаємо закріплення цих принципів на законодавчому рівні належним підґрунтям правового регулювання електронної комерції та її ефективного функціонування в умовах розвитку цифрової економіки в Україні.

Говорячи про сучасний стан розвитку електронної комерції в умовах цифрової економіки, необхідно зазначити, що офіційні статистичні дані, які стосувалися б кількості зареєстрованих суб'єктів господарювання, що здійснюють свою діяльність у формі електронної комерції, відсутні. Тим більше, що наразі більшість господарюючих суб'єктів широко застосовують у своїй діяльності ті чи інші види інформаційно-комунікаційних технологій: реклама, веб-сайти, можливість замовлення товарів чи послуг через мережу Інтернет, оплата таких товарів та послуг за допомогою мережі Інтернет тощо.

Водночас, окремі статистичні дослідження щодо практики поширення в Україні електронної комерції все ж таки проводились у різні роки деякими соціологічними групами. Зупинимось на них більш детально.

Наприклад, у 2020 р. такі дослідження проводила компанія CBR, за інформацією якої частка мобільної е-комерції становила близько 30% від загальних обсягів продажів на ринку е-комерції. Крім того, було виявлено, що у 2020 р. користувачами мережі Інтернет в Україні були 24,8 млн. осіб, з яких 33% українців були постійними онлайн-покупцями, тоді як у 2019 р. цей показник становив 29%. Фахівці компанії CBR пов'язують такі зміни із карантинними обмеженнями, запровадженими внаслідок пандемії COVID-19.

Також згідно проведеного у березні 2021 р. соціологічного опитування, в якому брали участь 747 респондентів, 12% жінок і 2,8% чоловіків купують одяг, взуття, аксесуари саме через Instagram. Також зростає попит на товари для будинку, декор та косметику [7, с. 3].

За даними іншої соціологічної групи, з точки зору генерації трафіку у 2021 р. найчастіше для пошуку товарів та послуг використовувалися веб-сайти маркетплейсів «Rozetka.ua» – 41,4%, Prom.UA – 63,51% та Alibaba – 75,44% [8, с. 310].

Таким чином, розвиток електронної комерції набирає швидких темпів та поступово витісняє або доповнює традиційні форми реалізації товарів та послуг. З огляду на це, особливої уваги потребує

належне урегулювання окремих аспектів електронної комерції, а саме – тих, що за своєю природою становлять специфічну сферу правового регулювання.

Одним із співавторів цієї статті раніше уже робився наголос на тому, що незважаючи на стрімкий розвиток електронної комерції, її регулювання відбувається повільно, що не відповідає темпам її зростання [9, с. 184]. Ця теза, власне, чудово ілюструє сучасний стан правового регулювання відносин з електронної комерції в нашій країні і, як уже зазначалося вище, вітчизняна нормативна база фактично «не встигає» за стрімким розвитком галузі, яку мала би наперед ефективно унормувати.

Перш за все, необхідно зауважити, що правовідносини, які виникають у сфері електронної комерції, врегульовані нормами законодавчих актів, що поширюють свою дію на всі види господарських правовідносин, а саме: ГК України [10], ЦК України [11], законами України «Про рекламу» [12], «Про захист прав споживачів» [13] та ін.

Водночас, деякі положення цих законодавчих актів містять норми, спеціально присвячені окремим аспектам регулювання електронної комерції.

Наприклад, ст.ст. 205 та 207 ЦК України [11] прирівнюють юридичну силу електронної форми правочину до письмової форми, визначаючи такі ж вимоги до електронної форми, що й до письмової. Крім того, ст. 641 цього ж Кодексу, що визначає форму та порядок надання пропозиції про укладення договору, передбачає, що пропозицією укласти договір є, зокрема, документи (інформація), розміщені у відкритому доступі в мережі Інтернет, які містять істотні умови договору і пропозицію укласти договір на зазначених умовах з кожним, хто звернеться, незалежно від наявності в таких документах (інформації) електронного підпису [11].

Положення ст. 15 Закону України «Про рекламу» [12] містять особливі вимоги до рекламних послуг, що надаються з використанням електров'язку, зокрема у ч. 2 цієї статті міститься заборона щодо розповсюдження реклами з використанням телексового або факсимільного зв'язку.

Крім того, припис ч. 6 ст. 22 цього ж Закону забороняє рекламування алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, шляхом надсилання повідомлень невідзначеному колу осіб поштою, електронною поштою, засобами мобільного зв'язку [12].

Однак, при цьому вказаний Закон не містить норм, які мали би захистити споживача від неправдивої рекламної інформації, що міститься на веб-сайтах або електронних рекламних оголошеннях, а також від небажаної рекламної розсилки, що здійснюється через електронну пошту або іншими засобами електронного зв'язку.

Закон України «Про захист прав споживачів» [13] містить наступні спеціальні вимоги щодо захисту прав споживачів у сфері електронної комерції: електронне повідомлення – інформація, надана споживачу через телекомунікаційні мережі, яка може бути у будь-який спосіб відтворена або збережена споживачем в електронному вигляді (ст. 1); можливість надання суб'єктом господарювання споживачеві доступу до експлуатаційних документів на технічно складні побутові товари в електронному вигляді (ст. 7); статус електронного розрахункового документа та обов'язок його надіслання електронною поштою (ст. 8); обов'язок підтвердження суб'єктом господарювання факту укладення електронного правочину (ст. 12) тощо.

До суспільних відносин у сфері електронної комерції, які потребують спеціального правового регулювання, О.А. Баранов, до прикладу, відносить ті, які пов'язані з передачею товарів або результатів послуг з використанням мережі Інтернет та інших інформаційно-комунікаційних технологій. При цьому, мова йде тільки про ті товари, які можуть бути передані за допомогою мереж передачі даних, тобто про інформаційні продукти: текстові файли (книги, статті тощо), програмні продукти для комп'ютерної техніки, аудіо-файли (пісні, класична та естрадна музика тощо), відеофайли (відео, фільми, кліпи, зображення картин, фотографії) тощо [1, с. 51].

Однак, на нашу думку, таке розуміння електронної комерції відповідає дещо звуженому підходу до визначення електронної комерції, що не узгоджується із тим підходом, який застосований законодавцем у Законі України «Про електронну комерцію» [6]. Зокрема, за допомогою цієї форми господарської діяльності можлива реалізація будь-яких товарів та послуг, оскільки віднесення певної господарської діяльності до електронної комерції здійснюється за умови, що суб'єкт господарювання міг надати споживачеві відповідний товар або послугу без необхідності фізичної взаємодії один з одним. Це означає, що увесь ланцюжок реалізації товарів або надання послуг – від отримання інформації про товар та послугу, можливість ознайомлення з їх якісними характеристиками, включаючи, за необхідності, технічну документацію, замовлення таких товарів та послуг, та,

завершуючи оплатою товару чи послуги та їх отриманням, може здійснюватися дистанційно. При цьому, не виключається можливість використання суб'єктом господарювання для поставки товарів чи результатів певної послуги, за необхідності, послуг поштового зв'язку чи кур'єрської доставки.

Основним спеціальним нормативно-правовим актом, який регулює досліджуваний вид господарських правовідносин, є вже згадуваний нами раніше Закон України «Про електронну комерцію» [6].

На підставі критичного аналізу положень цього Закону на предмет його відповідності європейським нормам, Л.Р. Катинська доходить висновку, що цей Закон в цілому відповідає положенням Директиви «Про електронну комерцію», проте містить деякі розбіжності із правом Європейського Союзу в частині захисту прав споживачів, а також не містить обов'язкових вимог до інформації, що має надаватися постачальником послуг одержувачу згідно з Директивою, а лише визначає диспозитивний перелік вимог до електронного договору. Також, за висновком науковиці, Закон України «Про електронну комерцію» входить у деякі протиріччя з Директивою Європейського Союзу «Про електронну комерцію» та Розпорядженням Європейського Союзу щодо електронної ідентифікації та довірчих послуг для цілей електронних трансакцій на внутрішньому ринку [14, с. 168-169].

Для виявлення певних недоліків та прогалин законодавства, що регулює спеціальні господарські правовідносини, що виникають у сфері електронної комерції, проведемо аналіз деяких спеціальних актів.

Зокрема, на підставі проведеного аналізу змісту законів України «Про електронні комунікації» [15], «Про електронні довірчі послуги» [16] та ін. можна дійти висновку про те, що, враховуючи обов'язкову присутність у господарській діяльності, що здійснюється у формі електронної комерції, інформаційно-комунікаційних технологій, обов'язковим учасником таких правовідносин є надавач інформаційно-комунікаційних послуг (постачальник електронних комунікаційних мереж, надавач електронних довірчих послуг тощо), який несе відповідальність у межах, що стосується технічної сторони укладення та виконання правочину. Відповідно, ця особливість електронної комерції потребує того, щоб у відповідному правочині було окремо визначено межі та форму відповідальності такого проміжного учасника господарських правовідносин.

Разом з тим, у ст. 9 Закону України «Про електронну комерцію» [6] окремо визначено правовий статус постачальника послуг проміжного характеру. Проте, у ч. 2 ст. 11 цього ж Закону, яка встановлює додаткові умови електронного договору, не визначено окремого пункту щодо відповідальності постачальника послуг проміжного характеру. Причиною цього, ймовірно, є те, що за своїм правовим статусом такий суб'єкт не є стороною електронного договору, що укладається у сфері електронної комерції, та, відповідно, вся відповідальність за технічні проблеми, пов'язані з виконанням умов електронного договору, має покладатися на суб'єкта господарювання, що є стороною договору. Видається, що для забезпечення належного захисту прав споживачів товарів та послуг у сфері електронної комерції необхідно уточнити цю деталь в електронному договорі.

Закон України «Про електронну комерцію» [6] визначає множинні способи підпису електронного договору, зокрема за допомогою одноразового ідентифікатора, аналога власноручного підпису (факсимільного відтворення підпису за допомогою засобів механічного або іншого копіювання, іншого аналога власноручного підпису), а також електронного підпису.

Незважаючи на те, що Закон України «Про електронний цифровий підпис» втратив чинність 5 жовтня 2017 р., Закон України «Про електронну комерцію» [6] у частині стосовно визначення порядку підписання договору за допомогою електронного підпису досі відсилає до того Закону. Цю неточність необхідно усунути шляхом зазначення, що термін «*електронний підпис*» та «*кваліфікований електронний підпис*» вживають у значенні, наведеному в Законі України «Про електронні довірчі послуги» [16].

Слід зауважити, що вказаний Закон [16] загалом має важливе значення у сфері регулювання електронної комерції, оскільки він, зокрема, визначає засоби та схеми електронної ідентифікації, необхідні під час укладення електронного правочину.

Передовсім, Законом [16] передбачено, що кваліфікований електронний підпис має таку саму юридичну силу, як і власноручний підпис, та має презумпцію його відповідності власноручному підпису.

Крім того, Закон [16] запровадив таке поняття як «*електронна позначка часу*», що являє собою електронні дані, які пов'язують інші електронні дані з конкретним моментом часу для засвідчення наявності цих електронних даних на цей момент часу. Також визначено поняття реєстрації електронної доставки.

Усі ці можливості відстеження дати укладення електронного договору, дати здійснення електронної доставки певним чином покликані сприяти більш ефективному захисту прав споживачів та інших учасників правовідносин, що виникають у сфері електронної комерції.

Варто зазначити, що важливою умовою функціонування електронної комерції є наявність платіжних систем, що дозволяють здійснювати розрахунки у мережі Інтернет або іншим дистанційним способом.

Правові засади здійснення розрахунків, у тому числі дистанційних платіжних операцій, урегульовано відповідним профільним Законом України «Про платіжні послуги» [17]. Цей Закон регламентує порядок відкриття рахунків, розпорядження коштами на рахунках та здійснення розрахунків дистанційним шляхом.

При цьому, забезпечення інформаційної безпеки у правовідносинах, що виникають у сфері електронної комерції, у тому числі захист персональних даних, здійснюється відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» [18].

Вважаємо доцільним запропонувати, щоб відповідні положення про умови використання персональних даних, їх захист, подальше зберігання та можливість видалення були включені до істотних умов електронного договору.

Висновки. По результатах проведеного дослідження представляється можливим сформулювати наступні висновки і пропозиції.

Тож, власне, у результаті проведеного у цій статті науково-правового аналізу *електронну комерцію* можна визначити як вид електронного бізнесу, що передбачає реалізацію товарів або надання послуг (а також пов'язаних з цим процесів) за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, у результаті чого весь ланцюжок реалізації товарів або надання послуг може здійснюватися дистанційно. Проте, це не виключає можливість використання суб'єктом господарювання для поставки товарів чи результатів певної послуги, за необхідності, послуг поштового зв'язку чи кур'єрської доставки тощо.

Недоліками правового регулювання господарської діяльності у сфері електронної комерції є:

1) неурегульованість питань щодо захисту прав споживачів від неправдивої рекламної інформації, що міститься на веб-сайтах або електронних рекламних оголошеннях, а також від небажаної рекламної розсилки, що здійснюється через електронну пошту або іншими засобами електронного зв'язку;

2) невизначеність усіх важливих умов електронного договору, що мають бути обов'язково включені до його змісту;

3) недостатність правового регулювання захисту інформації, у тому числі персональних даних споживачів, що стають відомими суб'єкту господарювання у зв'язку із здійсненням господарської діяльності у сфері електронної комерції.

Для усунення вищенаведених недоліків у сфері правового регулювання електронної комерції необхідно:

1) привести Закон України «Про електронну комерцію» [6] у відповідність з чинним законодавством, зокрема здійснити відсилання у частині визначення термінів «*електронний підпис*» та «*кваліфікований електронний підпис*» до Закону України «Про електронні довірчі послуги» [15];

2) зміст ст. 11 Закону України «Про електронну комерцію» [6], в якій визначено особливі істотні умови електронного договору, доповнити умовами про порядок обігу та захисту персональних даних споживача, включаючи його право видалити свої дані після виконання договору, а також умовами про відповідальність за шкоду, заподіяну споживачу технічними та іншими, пов'язаними з наданням супутніх послуг, причинами;

3) Закон України «Про рекламу» [11] доповнити окремою статтею, в якій передбачити обмеження та заборони у сфері надання рекламних послуг за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Баранов О.А. Правові проблеми електронної торгівлі (комерції). *Інформація і право*. 2012. № 2 (5). С. 48–56.
2. Євтушенко Д.Д. Електронний бізнес, електронна комерція, Інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять. *Бізнес Інформ*. 2014. № 8. С. 184–188.

3. Шкригун Ю.О. «Електронний бізнес», «електронна комерція» та «електронна торгівля»: відмінності й особливості. *Управління економікою: теорія та практика*: Зб. наук. праць. К: ІЕП НАНУ, 2020. С. 312–325.
4. 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.
5. Головій Л.В., Янчук Ю.В. Правове регулювання інформаційних відносин у сфері електронної комерції. *Право. Людина. Довкілля*. 2020. Вип. 11. № 2. С. 150–157.
6. Про електронну комерцію: Закон України від 03 вересня 2015 р. № 675-VIII / Верховна Рада України. *База даних «Законодавство України»*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>.
7. Аналіз ринку електронної комерції в Україні. 2021 рік / Компанія «Pro-Consulting». URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-elektronnoj-kommercii-v-ukraine-2021-god>.
8. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: Навч.-метод. посіб. К.: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/37044/1/Kraus_Elektronna_komertsia_2021.pdf.
9. Сиротко М.В. Торговельна діяльність в Україні: огляд сучасного господарсько-правового регулювання. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2023. № 7. С. 182–185.
10. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. / Верховна Рада України. *База даних «Законодавство України»*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
11. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. / Верховна Рада України. *База даних «Законодавство України»*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.
12. Про рекламу: Закон України від 03 липня 1996 р. № 270/96-ВР / Верховна Рада України. *База даних «Законодавство України»*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-vr#Text>.
13. Про захист прав споживачів: Закон України від 12 травня 1991 р. № 1023-XII / Верховна Рада України. *База даних «Законодавство України»*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>.
14. Катинська Л.Р. Питання відповідності Закону України «Про електронну комерцію» Європейському законодавству. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право*. 2015. Вип. 35. Ч. II. Т. 1. С. 165–169.
15. Про електронні комунікації: Закон України від 16 грудня 2020 р. № 1089-IX / Верховна Рада України. *База даних «Законодавство України»*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-20#Text>.
16. Про електронні довірчі послуги: Закон України від 05 жовтня 2017 р. № 2155-VIII / Верховна Рада України. *База даних «Законодавство України»*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>.
17. Про платіжні послуги: Закон України від 30 червня 2021 р. № 1591-IX / Верховна Рада України. *База даних «Законодавство України»*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text>.
18. Про захист персональних даних: Закон України від 01 червня 2010 р. № 2297-VI / Верховна Рада України. *База даних «Законодавство України»*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>.