

УДК 346.3:004

DOI: 10.31732/ 2708-339X-2022-05-32-39

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ТА ПОНЯТТЯ ЕЛЕКТРОННОГО ДОГОВОРУ

Олійник О. Б.

*доктор юридичних наук, професор, професор кафедри державно-правових дисциплін, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, вул. Табірна, 30-32, 03113, Україна
тел.: (050) -55-956-12, e-mail.: OliynikOB@krok.edu.ua
ORCID: 0000-0003-4941-8785*

Макаренко Є. О.

*здобувач вищої освіти ступеня «магістр», ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, вул. Табірна, 30-32, 03113, Україна
тел.: 068-369-51-00, e-mail: 7.makarenko@gmail.com
ORCID: 0000-0002-9700-6243*

CUSTOMS REGULATION OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES IN UKRAINE: HISTORY OF FORMATION AND MODERNITY

Oliynik O.B.

*Doctor of Law, Professor, Professor of the State Legal Department "KROK" University, st. Tabirna, 30-32, 03113, Kyiv, Ukraine
tel.: (067) -14-814 -11, e-mail.: OliynikOB@krok.edu.ua
ORCID: 0000-0003-4941-8785*

Makarenko Y.O.

*Master student "KROK" University, 30-32 Tabirna Str., 03113, Kyiv, Ukraine
tel.: 068-369-51-00, e-mail: 7.makarenko@gmail.com
ORCID: 0000-0002-9700-6243*

Анотація. У статті розглянуто поняття електронної комерції та електронного договору, їх сутність і зміст. Наведено основні види електронної комерції та фактори впливу на її розвиток. Укладення договору в електронній формі законодавчо визначено, але все ж потребує більшої деталізації, адже законодавча база ще залишається досить громіздкою і знаходиться у процесі постійного вдосконалення. Сьогодні розвиток електронної комерції сприяє швидкому доступу до інформації та ресурсів, стає високоприбутковою формою товарно-грошових відносин, а отже, має активно впроваджуватися і здійснити свого роду певну революцію. Поступово цифрові технології та інформаційно-комунікаційні мережі стали не лише проникати в повсякденне життя людей, але й зайняли важливе місце у розвитку бізнесу й національної економіки загалом. Електронна комерція є найважливішим складовим елементом електронного бізнесу. Виникнення і швидке розповсюдження у світі електронного бізнесу визначається низкою об'єктивно необхідних для цього умов і передумов. Електронною формою представлення інформації вважається документування інформації, що дає змогу відтворювати її у візуальній формі, придатній для сприйняття людиною. Одним із способів управління ризиками при проведенні будь-яких операцій електронної комерції є укладення угод (договорів) за допомогою засобів дистанційного зв'язку. З прийняттям Закону України «Про електронну комерцію» на законодавчому рівні врегульовані особливості укладення договорів у електронній формі (окремі питання були врегульовані також Законами України «Про електронні документи та електронний документообіг» та «Про електронний цифровий підпис»). У статті наведено детальні умови укладення електронного договору, порядок використання електронного підпису для електронних договорів, сформульовано шляхи вдосконалення розвитку електронної комерції та електронного

договору, процедуру їх використання. Особливим завданням було дослідити, як розвиток електронної комерції може бути використаний для загального сталого розвитку держави і в господарських правовідносинах в Україні та як електронна комерція впливає на господарське право України.

Ключові слова: електронна комерція, електронний документ, електронний цифровий підпис, електронні гроші, електронний документообіг, електронний правочин, електронна форма договору.

Формул: 0, рис.: 0, табл.: 0, бібл.: 15.

Abstract. Article considers the concept of E-Commerce and E-Contract, their essence and content. Main types of E-Commerce and factors influencing the development of E-Commerce are presented. The conclusion of the contract in electronic form is defined by law, but still needs more circumstantiation, because legal framework is still quite cumbersome and is in the process of continuous improvement. Today, the development of E-Commerce promotes rapid access to information and resources, becomes highly profitable form of commodity-money relations, and therefore must be actively implemented and carry out a kind of revolution. Digital technologies and information communication networks are gradually becoming a part of everyday life and playing an important role in development of business and national economy overall. Electronic commerce is the most important component of electronic business. Emergence and fast growth of electronic business all over the world results from a variety of reasonable conditions and preconditions. Electronic form of information presentation is the documentation type that enables reproduction of the information in the visual form acceptable by the reader. One of the risk management means in course of any electronic commerce transactions is conclusion of contracts (agreements) by telecommunications. Upon adoption of the Law of Ukraine "On electronic commerce", the legislation has coordinated the particular aspects governing conclusion of electronic contracts (individual issues have been coordinated by the Law of Ukraine "On electronic documents and document flow" and "On electronic signature.") The article details the conditions of electronic contract conclusion, the procedure of use of the electronic signature for electronic contracts, identifies the ways to improve development of electronic commerce and electronic contracts and the procedure of use of the above. The special objective of the research has been to determine how electronic commerce and electronic business may be used to foster sustainable development and generally to facilitate the economic relations of Ukraine, as well as how electronic e-commerce affects the economic law of Ukraine.

Keywords: E-Commerce, E-Document, electronic digital signature, E-Money, electronic document flow, E-Transaction, electronic form of contract.

Formulas: 0, Fig.: 0, Tables: 0, Bibl.: 15.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Бурхливий розвиток інформаційних технологій у кінці ХХ – на початку ХХІ ст. зумовив початок культурної та економічної глобалізації. Поява глобальної мережі Інтернет стала початком періоду, коли комп'ютерні технології здійснили революцію практично у всіх сферах людського життя. У деяких розвинутих країнах світу Інтернет стає досить високоприбутковою формою товарно-грошових відносин, яка активно впроваджується у всі сектори економіки. А суб'єкти господарювання, що першими почали використовувати глобальну мережу для ведення електронної комерції, отримали низку конкурентних переваг, а також швидкий доступ до інформації та ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням особливостей митного регулювання ЗЕД в Україні займалися такі науковці, як: М. Буров, В.

М. Полях, В. Ковтунець, А. А. Маєвська, А. Мартовой, Р. Ю. Царьов, О. Ю. Червона й інші.

Не вирішені раніше частини загальної проблеми. Необхідно зауважити, що недостатньо дослідженим залишається питання щодо вивчення поняття «електронна комерція» та порядку укладення електронного договору.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження поняття «електронна комерція» і порядку укладення електронного договору, визначення проблем та шляхів удосконалення електронної комерції для подальшого розвитку нашої держави.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні не існує єдиного визначення, яке б чітко визначало суть поняття «електронна комерція».

На думку Т. М. Тардаскіної, електронна комерція – це вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційних комунікаційних технологій [11].

Р. Ю. Царьов визначає, що електронна комерція – це будь-яка транзакція, що

здійснюється через комп'ютерну мережу, внаслідок якої право власності або право використання товару чи послуги було передано від однієї особи до іншої [13].

А. А. Маєвська трактує термін «електронна комерція» як використання електронних комунікацій та технологій обробки цифрової інформації для встановлення і змін відносин створення вартості між організаціями й між організаціями та індивідами [9].

А. В. Мартовий зазначає, що електронна комерція – це діяльність організації або індивіда, переважно орієнтована на отримання прибутку в результаті угод і транзакцій в Інтернеті [10].

О. М. Юдін слушно зауважує, що електронна комерція – ділова активність з купівлі-продажу товарів та послуг, що передбачає взаємодію сторін на основі інформаційних мереж (без безпосереднього фізичного контакту) [15].

За визначенням В. М. Полях, електронна комерція – це специфічна частина електронного бізнесу, яка включає в себе суспільні відносини стосовно купівлі-продажу товарів, послуг та інформації через Інтернет з використанням усіх інструментів, що доступні в мережі [7].

Згідно із Законом України «Про електронну комерцію», електронна комерція – це відносини, спрямовані на отримання прибутку, які виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав і обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, унаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [5].

Таким чином, проаналізувавши вищенаведені визначення, варто зазначити, що електронна комерція – це будь-які бізнес-процеси, що здійснюються з допомогою інформаційних технологій і мережі Інтернет. Основними складовими електронної комерції є електронний обмін інформацією, електронний рух капіталу, електронна торгівля, електронні гроші,

електронний маркетинг, електронний банкінг, електронні страхові послуги та ін.

Електронна комерція є найважливішим складовим елементом електронного бізнесу. Виникнення і швидке розповсюдження у світі електронного бізнесу обумовлене низкою об'єктивно необхідних для цього умов та передумов. Насамперед це високий рівень комп'ютеризації суспільства. Крім того, для швидкого розповсюдження електронного бізнесу необхідно, щоб інформаційний і технологічний потенціал Інтернету перевищив деякий критичний рівень, що відкриває доступ до нього не тільки порівняно обмеженого кола елітарних користувачів, але й широких мас населення. Ще однією передумовою електронізації бізнесу є досягнення певного рівня інтеграції (інформаційною і технологічною) внутрішньо корпоративних інформаційних систем та Інтернет [8, с. 52].

На сьогоднішній день виділяють такі основні види електронної комерції:

- електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange) – сюди відносять обмін діловою (комерційною) інформацією між бізнес-партнерами;

- електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer) – використовується для переведення коштів і для безготівкових розрахунків;

- електронну торгівлю (E-Trade) – здійснення купівлі-продажу товару у всесвітній мережі Інтернет, що охоплює всі етапи торгово-закупівельної діяльності, починаючи з його вибору та закінчуючи доставкою до пункту призначення;

- електронні гроші (E-Cash) – електронний аналог паперових грошей, за допомогою яких можна здійснювати грошові розрахунки;

- електронний маркетинг (англ. - E-Marketing) – комплекс маркетингових заходів, що направлені на просування і збільшення продажів товару за допомогою інтернет-реклами, вебсайтів, соціальних мереж тощо;

- електронний банкінг (англ. - E-Banking) – традиційне банківське обслуговування, яке здійснюється дистанційно за допомогою мережі Інтернет [12].

З метою визначення перспектив та напрямів розвитку електронної комерції необхідно дослідити основні фактори впливу на цей процес. Насамперед варто зазначити головну особливість електронної комерції – це її невід’ємність від пошукових систем, соціальних мереж і мобільного зв’язку, що дуже стрімко розвиваються та вдосконалюються.

Відомі світові лідери, такі як Google, Amazon і Facebook, конкуруючи між собою, стимулюють один одного до інновацій та, поряд з основними видами діяльності, активно розвивають напрям електронної комерції.

Так, Google інтенсивно працює над тим, щоб сформувати і поширити новий канал електронних продажів Google Shopping Actions. Даний канал об’єднує пошук Google Search з інструментом для просування товарних оголошень Google Shopping та віртуальним голосовим помічником Google Assistant. Це дає можливість покупцю знайти найкращий продукт за найбільш прийнятною ціною.

Facebook і її дочірня соціальна мережа Instagram обрали електронну комерцію одним із шляхів подальшого розвитку компанії. Ці соцмережі мають широкий інструментарій для показу продуктів цільовій аудиторії, впроваджують динамічну рекламу, просувають використання сервісу Facebook Pay. І, як результат, усе більше покупців здійснюють онлайн-покупки завдяки рекламі у Facebook.

На даний час Amazon формує політику розвитку не лише у сфері електронної комерції, але й активно долучає послуги логістики, розширюючи свій парк літаків, вантажних машин та безпілотників. Це сприяє забезпеченню повного задоволення споживачів і виправданню їх очікувань.

Розвитку електронної комерції також сприяє фактор створення додаткових каналів онлайн-продажів. Протягом останніх років у мережі розвиваються нові платформи, які стають більш спеціалізованими та профільними. Вони приділяють увагу вужчим категоріям товарів і спеціалізуються на конкретних

сферах чи видах продуктів, наприклад, на товарах домашнього вжитку, дитячих товарах, автотоварах й інше. Поява нішевих торгових майданчиків спонукає ритейлерів та виробників по-новому формувати стратегію пошуку їхніх споживачів [14, с. 66].

Одним із способів управління ризиками при проведенні будь-яких операцій електронної комерції є укладення угод (договорів) за допомогою засобів дистанційного зв’язку. Для укладання такої угоди всі учасники відносин у сфері електронної комерції мають надати таку інформацію, як: повне найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи-підприємця; місцезнаходження юридичної особи або місце реєстрації та місце фактичного проживання фізичної особи-підприємця; адреса електронної пошти й/або адреса інтернет-магазину; ідентифікаційний код для юридичної особи або реєстраційний номер облікової картки платника податків для фізичної особи-підприємця; відомості про ліцензію (серія, номер, строк дії й дата видачі), якщо господарська діяльність підлягає ліцензуванню; щодо включення податків до розрахунку вартості товару, роботи, послуги та в разі доставки товару – інформація про вартість доставки; інші відомості, що відповідно до законодавства підлягають оприлюдненню. Тобто, установлення правового статусу продавця і його можливості здійснювати інтернет-торгівлю – основа для запобігання ймовірним ризикам [6].

З прийняттям Закону України «Про електронну комерцію» [5] на законодавчому рівні врегульовані особливості укладення договорів у електронній формі (окремі питання були врегульовані також Законами України «Про електронні документи та електронний документообіг» [4] та «Про електронний цифровий підпис» [3]).

У Господарському кодексі України не вказано можливість використання електронної форми договору, проте ч. 7 ст. 179 містить відсилочну норму, згідно з якою господарські договори укладаються за правилами, встановленими Цивільним кодексом України з урахуванням

особливостей щодо окремих видів договорів [1].

Можливість укладення електронного правочину передбачена ч. 1 ст. 207 Цивільного кодексу України, отже, господарські договори можуть укладатися в електронному вигляді (у мережі Інтернет або інших інформаційно-телекомунікаційних системах) [2].

Згідно зі ст. 5 Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг» [4], документ є електронним, якщо інформація в ньому зафіксована у вигляді електронних даних, включаючи обов'язкові реквізити документа. Такий документ може бути створений, переданий, збережений і перетворений електронними засобами у візуальну форму.

Візуальною формою подання електронного документа є відображення даних, які він містить, електронними засобами або на папері у формі, придатній для сприймання його змісту людиною. При цьому обов'язковим реквізитом електронного документа є електронний підпис, що використовується для ідентифікації автора електронного документа. Накладанням електронного підпису завершується створення електронного документа (ст. 6). Електронний підпис при укладенні договору використовується відповідно до Закону України «Про електронний цифровий підпис» [3].

Порядок укладення електронного договору набув законодавчого закріплення в Україні з прийняттям 3 вересня 2015 р. Закону України «Про електронну комерцію» [5], п. 5 ч. 1 ст. 3 якого тлумачить електронний договір як домовленість двох або більше сторін, спрямовану на встановлення, зміну або припинення цивільних прав і обов'язків та оформлену в електронній формі. Вказаний Закон не містить поняття «форма договору», натомість, у ньому сформульовано поняття «електронна форма представлення інформації» – це спосіб документування інформації, що означає створення, запис, передання або

збереження інформації у цифровій чи іншій нематеріальній формі за допомогою електронних, магнітних, електромагнітних, оптичних або інших засобів, здатних до відтворення, передання чи зберігання інформації.

Електронною формою представлення інформації вважається документування інформації, що дає змогу відтворювати її у візуальній формі, придатній для сприйняття людиною (п. 3 ч. 1 ст. 3 Закону України «Про електронну комерцію») [5]. Таке визначення відповідає за змістом поняттю «електронна форма договору».

Порядок укладення електронного договору врегульовано ст. 11 Закону України «Про електронну комерцію» [5], згідно з ч. 1 якої пропозиція укласти електронний договір (оферта) має містити істотні умови, передбачені законодавством для відповідного договору, і виражати намір особи, яка її зробила, вважати себе зобов'язаною у разі її прийняття.

Оферта може бути зроблена шляхом надсилання комерційного електронного повідомлення, розміщення пропозиції (оферти) у мережі Інтернет або інших інформаційно-телекомунікаційних системах (ч. 4 ст. 11 Закону України «Про електронну комерцію») [5]. Оферта може включати умови, що містяться в іншому електронному документі, шляхом перенаправлення (відсилання) до нього. Особі, якій адресована оферта, має надаватися безперешкодний доступ до електронних документів, що включають умови договору, шляхом перенаправлення (відсилання) до них.

Включення до електронного договору умов, що містяться в іншому електронному документі, шляхом перенаправлення (відсилання) до такого документа, якщо сторони електронного договору мали змогу ознайомитися з ним, не може бути підставою для визнання правочину нікчемним (ч. 5 ст. 11 Закону України «Про електронну комерцію») [5]. Відповідно до ч. 6 ст. 11 Закону України «Про електронну комерцію» [5] відповідь особи, якій адресована пропозиція укласти електронний договір, про її прийняття (акцепт) може бути надана шляхом: надсилання електронного

повідомлення особі, яка зробила пропозицію укласти електронний договір, підписаного в порядку, передбаченому ст. 12 цього Закону; заповнення формуляра заяви (форми) про прийняття такої пропозиції в електронній формі, що підписується в порядку, передбаченому ст. 12 цього Закону; вчинення дій, що вважаються прийняттям пропозиції укласти електронний договір, якщо зміст таких дій чітко роз'яснено в інформаційній системі, в якій розміщено таку пропозицію, і ці роз'яснення логічно пов'язані з нею.

Законом визначено, що покупець (замовник, споживач) повинен отримати підтвердження вчинення електронного правочину у формі електронного документа, квитанції, товарного чи касового чека, квитанка, талона або іншого документа у момент вчинення правочину або у момент виконання продавцем обов'язку передати покупцеві товар (абз. 1 ч. 11 ст. 11 Закону України «Про електронну комерцію») [5].

У Законі наголошено, що електронний договір, укладений шляхом обміну електронними повідомленнями, підписаний у порядку, визначеному ст. 12 цього Закону, вважається таким, що за правовими наслідками прирівнюється до договору, укладеного у письмовій формі. Кожний примірник електронного документа з накладеним на нього підписом, визначеним ст. 12 цього Закону, є оригіналом такого документа (ч. 12 ст. 11 Закону України «Про електронну комерцію») [5].

Тобто цей Закон України «Про електронну комерцію» [5] також вказує на відмінність письмової та електронної форм договору. Наразі існує практика укладення електронних договорів у зовнішньоекономічних відносинах, коли проєкт договору складається у формі електронного документа, збереженого у форматі PDF, з накладенням на такий документ електронного цифрового підпису сторони, яка склала проєкт договору. Інша сторона, отримавши проєкт договору, у разі згоди з його умовами, повертає через

мережу Інтернет оференту з накладенням на нього свого електронного цифрового підпису. Узгодження умов майбутнього договору відбувається шляхом надсилання електронних повідомлень у мережі Інтернет.

Згідно зі ст. 12 Закону України «Про електронну комерцію» [5] моментом підписання електронного правочину (договору) за домовленістю сторін є використання: електронного або електронного цифрового підпису відповідно до Закону України «Про електронний цифровий підпис» [3] за умови використання засобу електронного цифрового підпису всіма сторонами електронного правочину; електронного підпису одноразовим ідентифікатором, визначеним цим Законом; аналога власноручного підпису (факсимільного відтворення підпису за допомогою засобів механічного або іншого копіювання, іншого аналога власноручного підпису) за письмовою згодою сторін, у якій мають міститися зразки відповідних аналогів власноручних підписів.

Тобто Закон, зазначаючи всі можливі способи підписання електронного договору, не визначає самої процедури здійснення такого підписання, а робить відсилання до інших нормативно-правових актів.

У ст. 1 Закону України «Про електронний цифровий підпис» [3] дано визначення поняття електронного підпису – це дані в електронній формі, які додаються до інших електронних даних або логічно з ними пов'язані та призначені для ідентифікації підписувача цих даних.

Електронний цифровий підпис (ЕЦП) є різновидом електронного підпису, отриманого за результатом криптографічного перетворення набору електронних даних, який додається до цього набору або логічно з ним поєднується і дає змогу підтвердити його цілісність та ідентифікувати підписувача.

Електронний підпис одноразовим ідентифікатором також віднесено до категорії електронного підпису – 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 (п. 6 ч. 1 ст. 3 Закону України «Про електронну комерцію» [5]).

Слід зазначити норму ч. 3 ст. 207 Цивільного кодексу України [2], що містить вимоги до електронного підпису, а саме: використання при вчиненні правочинів електронного підпису або іншого аналога власноручного підпису допускається у випадках, встановлених законом, іншими актами цивільного законодавства чи за письмовою згодою сторін, у якій мають міститися зразки відповідного аналога їхніх власноручних підписів.

Отже, на підставі ст. 207 Цивільного кодексу України [2] електронний підпис одноразовим ідентифікатором не може бути використаний при укладенні електронного договору. Згідно з ч. 1 і 4 ст. 7 Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг» [4] оригіналом електронного документа вважається електронний примірник документа з обов'язковими реквізитами, у тому числі з електронним підписом автора. Оригінал електронного документа повинен давати змогу довести його цілісність та справжність. Виходячи з цієї норми, щоб перевірити оригінал електронного документа, необхідно ідентифікувати електронний підпис. Однак, Закон вказує на можливість здійснення перевірки цілісності електронного документа лише шляхом перевірки ЕЦП (ст. 12 Закону). Тому можна зробити висновок, що підтвердити цілісність та справжність документа, підписаного за допомогою електронного підпису, неможливо.

Висновки і перспективи подальшого дослідження. З прийняттям Закону України «Про електронну комерцію» [5] на законодавчому рівні врегульовані

особливості укладення договорів у електронній формі (окремі питання були врегульовані також Законами України «Про електронні документи та електронний документообіг» [4] та «Про електронний цифровий підпис» [3]).

Порядок використання електронного підпису для укладення договорів залишається законодавчо не врегульованим. Окрім того, у Законі дано визначення обов'язкового реквізиту електронного документа – це обов'язкові дані в електронному документі, без яких він не може бути підставою для його обліку і не матиме юридичної сили (ст. 1), однак не наведено переліку інших, окрім електронного підпису, обов'язкових реквізитів, що повинен мати оригінал електронного документа.

Не містить такого переліку реквізитів і Закон України «Про електронну комерцію» [5]. Зазвичай реквізитами договору є його назва, номер договору, дата та місце укладення, поштові адреси сторін, банківські реквізити.

Для усунення цієї прогалини у ст. 11 «Порядок укладення електронного договору» Закону України «Про електронну комерцію» [5] доцільно закріпити перелік обов'язкових реквізитів електронного договору. Ст. 4 Закону України «Про електронний цифровий підпис» [3] визначено, що для підтвердження цілісності даних в електронній формі використовується ЕЦП. Відповідно до ст. 1 Закону «Про електронний цифровий підпис» [3] такий підпис накладається за допомогою особистого ключа та перевіряється за допомогою відкритого ключа. Особистий ключ доступний тільки підписувачу, відкритий – усім учасникам електронного документообігу.

Література:

1. Господарський кодекс України : від 16.01.2003 р. № 436-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18–22. Ст. 144.
2. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № № 435-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 40–44. Ст. 356.
3. Про електронний цифровий підпис : Закон України від 22.05.2003 р. № 852-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 36. Ст. 276.
4. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22.05.2003 р. № 851-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 36. Ст. 275.
5. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII. Відомості Верховної Ради

України. 2015. № 45. Ст. 410.

6. Буров М. Ризики споживачів у сфері e-commerce та шляхи запобігання їм. Юрист і Закон. 2019. № 23. URL : https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA012817 (дата звернення 03.12.2021).
7. Електронна комерція : теоретико-правові засади та сучасний стан в Україні / В. М. Полях та ін. Scientific Journal "ScienceRise". 2017. №5. С. 11–17.
8. Ковтунець В. Становлення електронного бізнесу в Україні. Актуальні проблеми економіки. 2001. № 1–2. С. 51–53.
9. Маєвська А. А. Електронна комерція і право. Харків, 2010. 256 с.
10. Мартовой А. В. Сущность и основные характеристики электронного бизнеса, электронной коммерции, электронного и Интернет-маркетинга. URL : www.nbuuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp56_1/knp56_146-152.pdf (дата звернення 03.12.2020)
11. Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В. Електронна комерція. Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 244 с.
12. Фаустова К. И. Электронная коммерция - новое направление экономической деятельности. 2014. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-kommertsiya-novoe-napravlenie-ekonomicheskoydeyatelnosti> (дата звернення 03.12.2021).
13. Царьов Р. Ю. Електронна комерція : навч. посіб. з підготовки бакалаврів. Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2010. 112 с.
14. Червона О. Ю. Тенденції розвитку електронної комерції. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2020. № 39. С. 65–68.
15. Юдін О. М., Макарова М. В., Лавренюк Р. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. 201 с.

Reference:

1. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), "Commercial Code of Ukraine", Data of the Verkhovna Rada of Ukraine, no. 18–22. art. 144.
2. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), "Civil Code of Ukraine", Data of the Verkhovna Rada of Ukraine, no.40–44, art. 356.
3. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), The Law of Ukraine "On Electronic Digital Signature", Data of the Verkhovna Rada of Ukraine, no. 36, art. 276.
4. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), The Law of Ukraine "On Electronic Documents And Electronic Document Flow", Data of the Verkhovna Rada of Ukraine, no. 36, art. 275.
5. The Verkhovna Rada of Ukrain (2015), The Law of Ukraine "On E-Commerce", Data of the Verkhovna Rada of Ukraine, no. 45, art. 410.
6. Burov, M. (2019), "Consumers' Risks in the Field of E-Commerce and Ways to Prevent Them", Lawyer and Law [Online], vol. 23, available at: https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA012817 (Accessed 29.09.2022).
7. Poliakh, V.M. (2017), "E-Commerce: Theoretical and Legal Principles and Current Status in Ukraine", Scientific Journal "ScienceRise", vol. 5, pp. 11–17.
8. Kovtunets, V. (2001), "Formation of E-Business in Ukraine", Current Economic Problems, vol. 1–2, pp. 51–53.
9. Maievskaia, A.V. (2010), Elektronna comerciia i pravo [E-Commerce and Law], Kharkiv, Ukraine.
10. Martovoi, A.V. "Essence and Main Characteristics of E-Business, E-Commerce, E- and Internet-Marketing", available at: www.nbuuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp56_1/knp56_146-152.pdf (Accessed 29.09.2022).
11. Tardaskina, T.M. Strelchuk, Ye.M. Tereshko, Yu.V. (2011), Elektronna comerciia [E-Commerce], Popov Odessa National Academy of Telecommunications, Odessa, Ukraine.
12. Faustova, K.I. (2014), "E-Commerce – New Direction of Economic Activity", available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-kommertsiya-novoe-napravlenie-ekonomicheskoydeyatelnosti> (Accessed 03 Dec 2020).
13. Tsarov, R.Yu. (2010), Elektronna comerciia: navchal'nij posibnik dlya pidgotovki do druku [E-Commerce: Study Guide for Bachelors Training], O.S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications, Odessa, Ukraine.
14. Chervona, O.Yu. (2020), "E-commerce Development Trends", Scientific Bulletin of Kherson State University, vol. 39, pp 65–68.
15. Yudin, O.M. Makarova, M.V. Lavreniuk, R.M. (2011), Sistemi ekekronnoii komercii: stvorennia, prosunennia i rozvitok [E-Commerce Systems: Creation, Promotion and Development], Editorial and Publishing Unit of Poltava University of Economics and Trade, Poltava, Ukraine.

Стаття надійшла до друку 15.10.2022 року