

2. Bruno Moriset. E-Business and e-Commerce [Електронний ресурс] / Bruno Moriset // Jean Moulin Lyon 3 University – Lyon – France. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01764594/document>

3. Khurana A. Advantages of E-commerce Over Traditional Retail [Електронний ресурс] / Ajeet Khurana // Basics. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.thebalancesmb.com/advantagesof-ecommerce-1141610>

4. Клюка А. Исследование рынка электронной коммерции в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ain.ua/2013/04/11/120835>

УДК 658.84:004.738.5

**Тришкіна Ніна**

кандидат економічних наук, доцент  
викладач Хмельницького торговельно-економічного коледжу  
Київського національного торговельно-економічного університету  
м. Хмельницький, Україна

**Nina Trishkina**

PhD (Economics)

Lecturer at Khmelnytsky College of Commerce and Economics  
Kyiv National University of Trade and Economics  
Khmelnytsky, Ukraine

## **ТОРГІВЛЯ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ TRADE THROUGH THE INTERNET**

Правові відносини у сфері електронної комерції регулює Закон України «Про електронну комерцію» [1]. Цей Закон є, по суті, єдиним нормативним актом, що регламентує особливості саме інтернет-торгівлі. Законодавство України у сфері електронної комерції ґрунтується на Конституції України і складається із Цивільного і Господарського кодексів України, законів України «Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах», «Про телекомунікації», «Про електронний цифровий підпис», «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», «Про захист персональних даних», міжнародних договорів України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, Закону «Про електронну комерцію» та інших нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до них.

Електронна торгівля – це господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

Основними принципами у сфері електронної торгівлі є:

- свобода провадження підприємницької діяльності з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем;
- свобода вибору контрагента, електронних засобів, видів та форм діяльності;
- свобода конкуренції та забезпечення її сумлінності;
- свобода вчинення електронних правочинів;
- рівність і охорона прав учасників відносин у сфері електронної комерції;
- дотримання вимог законодавства, правил професійної етики, повага до прав, свобод, законних інтересів учасників відносин у сфері електронної комерції;
- забезпечення належної якості товарів, робіт та послуг, що реалізуються у сфері електронної комерції;

- однаковість юридичної сили електронних правочинів та правочинів, укладених в іншій формі, передбаченій законодавством;
- забезпечення доступу до інформації всіх учасників відносин у сфері електронної комерції;
- доступність комерційних електронних повідомлень та можливість обмеження їх надходження;
- дотримання законодавства про державну мову.

Згідно з Методичними основами № 396 клас 47.91 включає роздрібну торгівлю за допомогою компаній поштового замовлення або мережі Інтернет, тобто діяльність із роздрібною торгівлі, де покупець здійснює свій вибір, ґрунтуючись на рекламних оголошеннях, каталогах, інформації веб-сайтів чи будь-якій іншій рекламній продукції, та здійснює замовлення поштою, телефоном або через мережу Інтернет (зазвичай за допомогою спеціальних засобів, розміщених на веб-сайті). Товар, що купується, може бути або безпосередньо завантажений з інтернет-сайту, або доставлений покупцеві.

Цей клас включає:

- роздрібну торгівлю будь-якими товарами за допомогою компаній поштового замовлення;
- роздрібну торгівлю будь-якими товарами в мережі Інтернет;
- пряму торгівлю за допомогою телебачення, радіо та за телефоном;
- діяльність з роздрібною торгівлі інтернет-аукціонів.

Згідно з ч. 1 ст. 7 Закону «Про електронну торгівлю» продавець товарів, робіт, послуг в електронній комерції під час своєї діяльності та в разі поширення комерційного електронного повідомлення зобов'язаний забезпечити прямий, простий, стабільний доступ інших учасників відносин у сфері електронної комерції до такої інформації:

- 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 та/або адреса інтернет-магазину;
- ідентифікаційний код для юридичної особи або реєстраційний номер облікової картки платника податків для фізичної особи – підприємця, або серія та номер паспорта для фізичної особи – підприємця, яка через свої релігійні переконання відмовилася від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків і має відмітку в паспорті;
- відомості про ліцензію (серія, номер, строк дії та дата видачі), якщо господарська діяльність підлягає ліцензуванню;
- відомості про включення податків у розрахунок вартості товару, роботи, послуги (зокрема це стосується ПДВ та акцизного податку);
- у разі доставки товару – інформація про вартість доставки;
- інші відомості, що відповідно до законодавства підлягають оприлюдненню.

Почувець товарів, робіт, послуг у сфері електронної комерції, який приймає (акцептує) пропозицію іншої сторони щодо укладення електронного договору, зобов'язаний повідомити про себе інформацію, необхідну для його укладення (ч. 2 ст. 8 Закону «Про електронну торгівлю»).

За нормами ч. 1 ст. 10 Закону «Про електронну торгівлю» електронні правочини вчиняються на основі відповідних пропозицій (оферти).

При цьому комерційні електронні повідомлення поширюються лише на підставі згоди на отримання таких повідомлень, наданої особою, якій такі повідомлення адресовано (ч. 2 ст. 10 Закону «Про електронну торгівлю»). Таке повідомлення може надсилатися особі без її згоди лише за умови, що вона може відмовитися від подальшого отримання таких повідомлень. Вимоги до змісту комерційного електронного повідомлення наведено в ч. 4 ст. 10 Закону «Про електронну торгівлю».

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 в разі її прийняття (ч. 1 ст. 11 Закону «Про електронну торгівлю»). Таку пропозицію може бути зроблено шляхом (ч. 4 ст. 11 Закону «Про електронну торгівлю»):

- надсилання комерційного електронного повідомлення;
- розміщення пропозиції (оферти) у мережі Інтернет;
- розміщення пропозиції (оферти) в інших інформаційно-телекомунікаційних системах.

Електронний договір укладається шляхом пропозиції його укласти (оферти) однією стороною та його прийняття (акцепту) другою стороною. Інформацію, що вказується в електронному договорі, наведено в ч. 2 ст. 11 Закону «Про електронну торгівлю».

Електронний договір вважається укладеним з моменту отримання особою, яка направила пропозицію укласти такий договір, відповіді про прийняття цієї пропозиції (ч. 3 ст. 11 Закону «Про електронну торгівлю»).

#### **Перелік використаних джерел:**

1. Про електронну комерцію. Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/T150675.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T150675.html)