

ВРУБЛЕВСЬКА-МІСЮНА К. М.

кандидат юридичних наук, молодший науковий співробітник НДІ правового забезпечення інноваційного розвитку Національної академії правових наук України

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ

Стаття присвячена аналізу питань, пов'язаних із процесом здійснення електронної торгівлі. Проаналізовано та визначено основні стадії, необхідні для укладення договору, проведено характеристику їх особливостей, враховуючи їх інноваційний характер. Зроблено висновок про необхідність регламентації положень пов'язаних зі встановленням вимог щодо здійснення інтернет-торгівлі та оплати товарів, послуг з використанням найбільш поширених платіжних систем.

Ключові слова: електронна комерція, електронна торгівля, інтернет-магазин, платіжна система.

Постановка проблеми. Зважаючи на всеохоплюючу поширеність інтернету в суспільстві все більш інтенсивно розвивається і електронна комерція, в свою чергу електронна торгівля є основною її складовою. Суспільство як ніколи раніше намагається витратити свій час з користю і одним із способів раціонального використання часу є купівля товарів у інтернет-магазинах на противагу відвідуванню традиційних магазинів. Результатом швидкоплинного розвитку є те, що законодавець не встигає вчасно реагувати на ті зміни, що відбуваються у відносинах електронної торгівлі і наслідком є відсутність правового регулювання багатьох ключових аспектів вказаної діяльності, що породжує виникнення шахрайства у вказаній сфері. Таким чином, важливим є створення системи якості для електронної комерції, адже урегулювання питань стосовно електронної комерції в правовому полі стане поштовхом для її подальшого розвитку.

Метою статті є визначення прогалін у законодавстві, щодо врегулювання відносин пов'язаних зі здійсненням електронної торгівлі та формування пропозицій щодо їх практичного вирішення.

Аналіз останніх досліджень. Теоретичному дослідженню відносин у сфері електронної комерції, зокрема, питанням правового забезпечення електронної комерції, присвячено праці таких українських та зарубіжних науковців, як Адамюк Д. І., Желіховський В.М., Іванова К. Ю., Плескач В. Л., Чучковська А. В., А. Саммер, Дж. Дункан та ін. з питань регулювання суспільних відносин, які виникають при організації і користуванні мережею Інтернет. Питання мобільного банкінгу, що є одним із засобів електронної комерції, розглядав Глібок С. В. [1]. Таким чином, науковцями здебільшого приділено увагу здійс-

ненню аналізу основних положень законодавства України, які стосуються електронної комерції, відповідності їх Директивам ЄС, дослідженню міжнародного досвіду здійснення електронної комерції та з'ясуванню правової природи договорів у сфері електронної комерції.

При цьому, поза увагою науковців залишаються питання щодо захисту прав учасників вказаних відносин, нормативно-правового врегулювання питань щодо здійснення оплати товарів та послуг, а також вивчення проблем, з якими зіштовхуються учасники відносин електронної торгівлі в процесі здійснення своєї діяльності.

Виклад основного матеріалу. Електронна комерція наразі є невід'ємною частиною повсякденного життя. Сьогодні в Інтернеті можна придбати будь-які речі, і якщо декілька років тому електронна комерція викликала недовіру, то тепер попит на продукцію інтернет-магазинів росте з кожним роком, що також пов'язано з глобальним проникненням високошвидкісного Інтернету та розвитком технологій, появою сучасних смартфонів, планшетів, які значно спрощують діяльність у сфері електронної торгівлі.

Найпопулярнішим майданчиком впродовж тривалого часу в Європі залишається Amazon. У Німеччині, наприклад, 54 % всіх продаж у сфері B2C припадають саме на цей сайт. Незмінним лідером у 2018-му році на ринку електронної комерції залишається Китай. Загальний обсяг продаж на цю країну припадає трохи більше, ніж 47 %.

Наздоганяють своїх східних колег власники Інтернет-магазинів з Північної Америки. У порівнянні з минулим роком, позитивний приріст для країн регіону склав 15,6 %.

До початку 2020-го року, запевняють аналітики, загальний обсяг продажів в мережі повинен вирости мінімум удвічі, в порівнянні з нинішніми цифрами. Тим часом, загальна тенденція не зміниться. Найбільший трафік матимуть країни Азійсько-Тихоокеанського регіону. За різними оцінками, їх оборот вже через 2 роки повинен досягти 2,4–2,8 трильйона американських доларів [2].

В Україні розвиток Інтернет-бізнесу досить довгий час не мав чіткої правової регламентації. Однак, з прийняттям у 2015 році Закону України «Про електронну комерцію» ситуація дещо змінилась, оскільки вказаний Закон встановив певні правила діяльності. Аналізуючи становище ринку електронної комерції до та після прийняття Закону, можна дійти висновку, що прийняття вказаного Закону не стало перепорою на шляху розвитку сфери електронної комерції. Темпи відкриття інтернет-магазинів високі, а ріст обороту на порядок вищий, ніж в традиційній торгівлі.

Досліджуючи проблеми електронної комерції в першу чергу необхідно з'ясувати, як розуміти дане поняття. Закон України «Про електронну комерцію» у ст. 3 наводить наступне визначення – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [3].

А. Саммер, Дж. Дункан та В. Звасс визначають «електронну комерцію» як будь-яку форму бізнес-процесу, коли взаємодія між суб'єктами відбувається електронним шляхом з використанням Інтернет-технологій [4, 5].

Желіховський В. М. визначає електронну комерцію як систему взаємовідносин у сфері здійснення обміну даними (електронними документами) та інформацією між суб'єктами господарювання з використанням глобальної мережі Internet [6; 7]. При цьому автор зазначає, що через виняткову значимість відносин у сфері електронної комерції для становлення конкурентноспроможної ринкової економіки будь-яка цивілізована держава має сприяти їх розвитку. Для цього необхідно розробляти основні процедури і принципи здійснення електронної комерції, а також передбачати рівні юридичні гарантії та судовий захист для всіх її учасників. Водночас необхідно мати на увазі, що особливістю правовідносин, які мають бути врегульованими, є те, що вони здебільшого мають екстериторіальний характер [6; 8–9].

У свою чергу Н. Л. Савицька, розглядає електронну комерцію у декількох значеннях – вузькому (розглядається як комерційна діяльність лише Інтернет-провайдерів і виробників інформаційних техноло-

гій), звуженому та широкому (всі можливі способи використання інформаційно-цифрового простору і технологій для розподілу ділової інформації, вибудовування відносин між суб'єктами ринку та здійснення господарської діяльності) [7].

Не дивлячись на відмінні підходи до визначення вказаного поняття незаперечним залишається факт, що електронна комерція це високоефективна форма товарно-грошових відносин, адже котрий рік підряд показує стабільне зростання, з 2010 р. по 2017 р. товарно-грошовий оборот збільшився у 6,5 рази. Цей тренд відповідає загальносвітовому, де все більша частка торгівлі товарами і послугами переходить в мережу Інтернет [8].

Однак, необхідно зауважити, що електронна комерція і електронна торгівля – поняття не ідентичні. Електронна комерція є більш широкою сферою діяльності і включає в себе електронну торгівлю. Це впливає і із законодавчого визначення, відповідно до якого електронна торгівля – господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем;

Незважаючи на певні недоліки Закону України «Про електронну комерцію», варто відмітити і позитивні зрушення. Так, наприклад, встановлюється відповідальність сторін, регламентовано процес укладення угоди. Особливу увагу приділено ідентифікації як продавця, так і покупця, а також захисту персональних даних. Окрім того, Закон визначає обов'язки провайдерів Інтернету та мобільного зв'язку, які відтепер несуть відповідальність за порушення так само, як і інші учасники ринку.

Враховуючи, що електронна комерція об'єднує широкий спектр бізнес-операцій, у тому числі: 1) встановлення контакту, наприклад, між потенційними замовником і постачальником; 2) обмін інформацією; 3) продаж; 4) електронну оплату; 5) управління доставкою та її відстеження для фізичних продуктів, безпосередню доставку продуктів, що можуть розповсюджуватися електронним шляхом; 6) організацію створення та функціонування віртуальних підприємств; 7) інші бізнес-процеси [6; 10] необхідно залишається детальна регламентація кожної операції.

Укладення договору в інформаційному просторі, так само як і у звичайному фізичному, передбачає послідовні дії сторін щодо направлення (розміщення) пропозиції – оферти та її прийняття – акцепту, що в підсумку підтверджує досягнення узгодженості волі сторін, і як наслідок, виникнення зобов'язання. Цей порядок регламентований ст.11 Закону України «Про електронну комерцію» й по суті є таким же само, що й передбачений ч. 2 ст. 638 ЦК України: електронний договір укладається шляхом пропозиції

його укласти (оферти) однією стороною та її прийняття (акцепту) іншою [9; 146].

У ч. 4 ст. 11 Закону України «Про електронну комерцію» уточнюється, що пропозиція укласти електронний договір (оферта) може бути зроблена шляхом надсилання комерційного електронного повідомлення, розміщення пропозиції (оферти) у мережі Інтернет або інших інформаційно-телекомунікаційних системах.

Однак, ЦК України передбачено особливу договірну конструкцію – публічний договір (ч. 1 ст. 633).

Оскільки Закон України «Про електронну комерцію» безпосередньо стосується саме підприємців, які здійснюють електронну комерцію (суб'єкти господарювання), то є достатньо підстав, щоб мати змогу кваліфікувати оферту саме як публічний договір, а не як запрошення зробити пропозицію заключити договір.

Що ж стосується розрахунку, то більшість закордонних користувачів готові здійснювати оплату за допомогою банківської карти, тобто платити за товар через Інтернет. У країнах СНД користувачі ж не такі довірливі, а тому віддають перевагу оплаті за товар при отриманні.

В сучасних ринкових відносинах важливим елементом при здійсненні операцій, що стосуються обміну грошового еквіваленту на товари, послуги чи активи відповідної вартості, є використання електронної платіжної системи. Відповідно до Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», платіжна система – це платіжна організація, члени платіжної системи та сукупність відносин, що виникають між ними при проведенні переказу коштів [10].

Електронні платіжні системи (англ. Electronic Payment Systems) – системи призначені для здійснення платіжних операцій у всесвітній мережі Інтернет. Це сукупність нормативних актів, договірних документів, фінансових та інформаційно-технічних засобів, а також учасників (банків, процесінгових центрів, підприємств сфери торгівлі та послуг, які здійснюють еквайринг, страхових компаній), які роблять можливим функціонування системи фінансових взаєморозрахунків у Інтернеті. Наприклад, оплачувати мобільний зв'язок, комунальні послуги, кабельне або супутникове телебачення, послуги Інтернет-провайдерів, а також різноманітні покупки в Інтернет-магазинах [11; 81–82].

Найбільш відомими міжнародними електронними платіжними системами є: Visa, Mastercard, E-Gold, Liberty Reserve, PayPal, Perfect Money, Moneybookers, Fethard, EasyPay, ChronoPay.

Розглянемо найбільш поширені форми розрахунку: за допомогою платіжної картки та за допомогою платіжних систем.

Інтернет-магазин, в якому можна розрахуватись міжнародною карткою Visa, MasterCard або будь-якою іншою платіжною системою використовує послугу еквайрингу.

Процес оплати здійснюється через банк-екваєр. Це електронна система, що забезпечує взаємодію між інтернет-магазином, банком-екваєром, міжнародною платіжною системою МПС та банком-емітентом, що випустив картку.

Таким чином, у здійсненні платежів через Internet за допомогою кредитних карток беруть участь: покупець, банк-емітент, продавці, банки-еквайери, платіжна система в Internet, традиційна платіжна система, процесінговий центр платіжної системи, розрахунковий банк платіжної системи.

Прийом платежів через небанківську платіжну систему в Інтернеті, що забезпечує прийом транзакції та її транспорт до процесінгового центру, який обслуговує фірму-власника сайту. Небанківська платіжна система, що приймає до оплати пластикові карти, виконує функції посередника між покупцем, продавцем і традиційною платіжною системою.

Оплата карткою на території України здійснюється за допомогою платіжних систем, найбільш поширеними серед яких є та LiqPay, WebMoney, Qiwi та інші.

При цьому, варто зазначити, що присутній на ринку Portmone діє не як платіжна система, а відповідно до відомостей з Реєстру платіжних систем Національного банку України є оператором послуг платіжної інфраструктури. Відповідно до Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» ст. 1 п. 20-1 оператор послуг платіжної інфраструктури – клірингова установа, процесінгова установа та інші особи, уповноважені надавати окремі види послуг в платіжній системі або здійснювати операційні, інформаційні та інші технологічні функції щодо переказу коштів. Таким чином, Portmone має здійснювати операційні, інформаційні та інші технологічні функції щодо переказу коштів.

Відповідно до публічного договору про надання послуг з обробки інформації (договір публічної оферти), що розміщений на сайті Portmone п. 3.1 Портмоне зобов'язується надавати послуги з обробки даних по платіжним операціям клієнтів, що включає: реєстрацію, налаштування та ведення аккаунта клієнта в системі Portmone.com. візуалізацію даних про рахунки для оплати; збір та передачу даних захищеними каналами на авторизацію платіжної картки в процесінговий центр; передачу даних про сплату рахунку в базу даних отримувача коштів в разі успішної авторизації платіжної картки; надання клієнту необхідної інформації про здійснену оплату (квитанцій), ведення та зберігання архіву, систематизацію рахунків та здійснених платежів; функціонування Служби підтримки клієнтів [12].

Дана модель не конкурує з традиційними банківськими сервісами прийому платежів. Вона пропонує банкам готовий інструмент для оплати їх клієнтами товарів та послуг, самостійно піклуючись про розширення їх асортименту. Система отримує доступ до даних платіжної картки користувача, дані зберігаються на сервері. Безпека – використання стандарту Payment Card Industry Data Security Standart.

Публічний договір про надання послуг з обробки інформації, що розміщений на сайті Portmone визначає платіж як рух певної суми коштів в національній валюті, ініційований клієнтом з метою оплати товарів, робіт або послуг за допомогою платіжних засобів, зокрема платіжних карток НСМЕП (ПРОСТІР), Visa, Mastercard і Cirrus/Maestro. Відповідно до п.5.4.3 Портмоне зобов'язаний забезпечити зберігання в електронному вигляді даних по клієнтам, платіжним засобам та платежам протягом 5 (п'яти) років від дати їх проведення та надання клієнту доступу до них в режимі онлайн. П. 3.1 Портмоне зобов'язується надавати послуги з обробки даних по платіжним операціям клієнтів, що включає: надання клієнту необхідної інформації про здійснену оплату (квитанцій), ведення та зберігання архіву, систематизація рахунків та здійснених платежів [12].

Для інтернет-магазинів Portmone пропонує наступні методи здійснення платежів: платежі на сторінці інтернет-магазину; електронні платежі без сайту; здійснення платежів на сайті portmone.com.

Одна з популярних платіжних систем наразі є LiqPay – це спеціально створений веб-інтерфейс, який є платіжним сервісом ПриватБанку, про що зазначається на сайті. Зазначається, що дана платіжна система призначена для спрощення проведення розрахунків між фізичними особами, юридичними особами та/або фізичними особами-підприємцями в мережі Інтернет за допомогою персональних комп'ютерів та/або інших мобільних пристроїв [13].

Її розповсюдженість є результатом того, що ідентифікатором для рахунку в даному платіжному сервісі є номер телефону в міжнародному форматі, при цьому сам рахунок прив'язаний до банківської картки володільця у ПриватБанку.

Підключення інтернет-еквайрингу до сайту інтернет-магазину значно розширює можливості для покупця щодо оплати замовлення. Незважаючи на те, що наразі найбільш поширеним та безпечним для покупця є така форма оплати як післяплата, наявність альтернативних способів оплати замовлення спрощує взаємодію між інтернет-магазином та прогресивними користувачами.

Найбільш поширені схеми здійснення продажу товарів через інтернет-магазини:

1) По-перше, це офіційні інтернет-магазини, у яких на балансі є товар, що пропонується споживачу. (Ельдорадо, Фокстрот, Comfy та інші).

Оплата відбувається шляхом переказу коштів на відкритий рахунок у певному банку. Як правило, такі великі підприємці не пропонують покупцю перерахувати кошти за товар на поточний рахунок фізичної особи.

2) По-друге, це фізичні особи-підприємці, які мають на балансі товар. При продажі товару оплату приймають на карту певного банку, яка оформлена на фізичну особу.

3) По-третє, фізичні особи підприємці, які не мають в наявності товару, а є по суті посередниками. Оплату приймають, в основному, на карту певного банку, що оформлена на фізичну особу. При цьому, найчастіше особа, на чий рахунок здійснюється переказ коштів не зазначається на сайті інтернет-магазину як продавець чи будь-яка інша контактна особа. Такі продавці здійснюють пошук товару вже безпосередньо після його оплати покупцем. Варто зазначити, що вказана схема діяльності є найбільш поширеною серед дрібних підприємців.

Останній варіант є найменш вдалим, оскільки інтернет-магазин здійснює покупку товару у постачальника, як підприємець, а він в свою чергу продає його безпосередньому споживачу. У такому випадку, коли виникає питання обміну несправного товару чи гарантійного обслуговування всі витрати або покриваються самим інтернет-магазином, що наносить йому збитки, або взагалі не покриваються, тим самим порушуючи права споживачів та втрачаючи репутацію свого інтернет-магазину, що в подальшому призведе до втрати клієнтів. Для уникнення подібних ситуацій необхідно, щоб постачальник формував замовлення на складі і відправляв безпосередньому споживачу.

Відповідно до Закону України «Про захист прав споживачів» [14] ч. 5 ст. 6, ч. 1 ст. 7 якість товарів гарантує виробник, таким чином він має покривати витрати на гарантійний ремонт.

Також у ч. 3 ст. 8 цього Закону зазначено, що передбачені вимоги покупець може висувати на власний розсуд продавцю за місцем купівлі товару, виробникові або підприємству, яке задовольняє такі вимоги за місцезнаходженням покупця (просто сервісному центру). При цьому, відповідно до ч. 12 ст. 8 всі збитки продавця, який розглядає претензію споживача до придбаного товару, зобов'язаний відшкодувати виробник.

Чи не найбільшою проблемою для електронної комерції наразі є проблема безпеки. Передусім це стосується онлайн-оплати через мобільні додатки й різні сервіси. Попри активну роботу кіберполіції, досить часто трапляються випадки несумлінного

використання конфіденційної інформації, крадіжки грошей з рахунків тощо.

Шахрайські операції здійснюються при продажу за допомогою: а) відсутність інформації про продавця та «безтоварні магазини»; б) магазинів, що безвісти зникають з ринку після успішно проведених афер; в) фіктивних магазинів, призначених для збору інформації про картки клієнтів; г) використання психологічного чинника тощо.

Для того, щоб уникнути шахрайства в е-торгівлі необхідно уважно ознайомитись з сайтом Інтернет-магазину, вивчити відгуки про його роботу, при цьому перевагу слід надавати перевіреним та широко відомим Інтернет-магазинам. Необхідно зауважити, що відповідно до п. 1 ст. 7 ЗУ «Про електронну комерцію» продавець (виконавець, постачальник) товарів, робіт, послуг в електронній комерції під час своєї діяльності та у 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; відомості про ліцензію; щодо включення податків у розрахунок вартості товару, роботи, послуги та, у разі доставки товару, – інформація про вартість доставки; інші відомості, що відповідно до законодавства підлягають оприлюдненню.

Слід зауважити, що здійснюючи оплату покупець повинен переконатись у тому, що при переведенні на сторінку оплати в адресному рядку браузера обов'язково повинно відображатись <https://ім'я.сайту>). Також необхідно переконатись, що платіж здійснюється на сторінці процесингового центру URL якої починається з <https://secure>.

Не вдається за можливе оминати існування так званих «дзеркальних сайтів». Сайт-дзеркало не є унікальним, а лише є копією контенту інших унікальних ресурсів. Основною метою створення таких сайтів є захист основного сайту при виникненні проблем у роботі сервера або з метою рівномірного розподілу навантаження під час підвищеного відвідування інтернет-ресурсу користувачами. Однак, «дзеркальні сайти» використовуються також і шахраями. Саме тому слід перевіряти назву в адресному рядку браузера та назву оригінального інтернет-магазину.

Закон України «Про електронну комерцію» частково вирішує проблеми шахрайства чи контрафакту, оскільки оферти в Інтернеті прирівнюються до про-

цедури купівлі-продажу в звичайних магазинах, що створює додаткові бар'єри для шахраїв. Указаний Закон передбачає низку кроків, які повинні мінімізувати зазначені вище проблеми. Зокрема, визначено перелік інформації, яка підлягає оприлюдненню постачальником, тому добросовісні та зацікавлені у стабільності свого бізнесу суб'єкти, розміщують таку інформацію, на відміну від сумнівних компаній, які уникають конкретизації інформації про себе.

Аналізуючи Закон України «Про електронну комерцію» можна дійти висновку, що йому не вистачає конкретизації вказаних положень, задля запобігання їх неоднозначного трактування. Наприклад, наведене у Законі поняття електронного правочину «... дія особи, спрямована на набуття, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснена з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем», не є інформативним. Так, Зеліско А. М. зазначає, що із змісту вказаного поняття не зрозуміло, за якими ознаками він відрізняється від інших, передбачених законодавством правочинів. Автор зауважує, що це поняття можна застосувати до будь-якої угоди, процес вчинення якої був пов'язаний з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем [15].

Висновки. Отже, проаналізувавши нормативну базу, доктринальні дослідження та дослідивши актуальні практичні питання у сфері здійснення електронної комерції, а саме щодо продажу товарів через інтернет-магазини очевидним є те, що багато питань залишаються поза увагою законодавця, що в свою чергу створює підґрунтя для недобросовісного виконання зобов'язань учасниками вказаних відносин та посягань з боку шахраїв. Задля підвищення безпеки здійснення електронної комерції необхідною є чітка правова регламентація таких важливих питань як: забезпечення підтвердження якості товару; Забезпечення підтвердження виконання поставки; закріплення розподілу відповідальності при здійсненні відправлення та повернення товару. Зважаючи на те, що в більшості випадків покупець не впевнений в добросовісності продавця щодо виконання поставки товару, а продавець не впевнений в платоспроможності покупця доцільним вважається обов'язкове введення акредитиву для фізичних осіб, що передбачає підтвердження платежу платіжною системою, в такому випадку це буде додатковим захистом для продавця і покупця щодо виконання зобов'язання.

Таким чином, наступними кроками розвитку електронної торгівлі в Україні мають стати підготовка підзаконних актів, які мають забезпечити створення системи якості для електронної комерції, адже урегулювання питань стосовно електронної комерції в правовому полі стане поштовхом для наступного інтенсивного етапу розвитку як внутрішньої, так і міжнародної електронної комерції.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Glibko S. Problems of legal provision of innovative banking. *Evropsky politicky a pravni diskurz*. 2016. Vol. 3, Iss. 3. С. 168-173.
2. Інтернет-торгівля: статистика 2018 року URL: <https://neoseo.com.ua/uk/internet-torgovlya-statistika-2018-goda>
3. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 45. Ст.410.
4. Summer, A. E-Commerce. New York: NYH Publishing. 1999. 263 p.
5. Zwass, V. Electronic Commerce: Structures and Issues. *International Journal of Electronic Commerce*. 1996. Vol. 1, Issue 1. P. 3–23. doi: 10.1080/10864415.1996.11518273
6. Желіховський В. М. Правові засади електронної комерції в Україні: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Київ, 2008. 22с.
7. Савицька Н. Л. Драйвери та бар'єри розвитку онлайн-ритейлу: теоретико-методичний аспект. *Бізнес Інформ*. 2014. № 10. С. 236–241.
8. Дослідження ринку електронної комерції України. URL: <http://hub.kyivstar.ua/?p=13562>.
9. Іванова К. Ю. Електронна комерція в Україні. Правове регулювання відносин у мережі Інтернет : монографія / [А. П. Гетьман, Ю. С. Атаманова, В. С. Мілаш та ін.] ; за ред. С. В. Глібка, К. В. Єфремової. Харків. Право. 2016. 360 с.
10. Про платіжні системи і переказ грошей в Україні: Закон України від 05.04.2001 № 2346-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 29. Ст. 137.
11. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/17964/5/Lekciji_Elektronnyj_biznes.pdf.
12. Публічний договір про надання послуг з обробки інформації. URL: <https://www.portmone.com.ua/r3/docs/portmone-offer.pdf>.
13. Условия и Правила предоставления услуг в системе LiqPay. URL: <https://docs.google.com/document/d/12KtvJpLoLk-yzmi2RN>.
14. Про захист прав споживачі: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. *Відомості Верховної Ради України*. 1991. № 30. Ст. 380.
15. Зеліско А. М., Байцар Р. І. Розвиток нормативно-правового регулювання електронної комерції в Україні. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2016. №3. С. 39–44.

REFERENCES

1. Glibko S. (2016) Problems of legal provision of innovative banking. *Evropsky politicky a pravni diskurz*. Vol. 3, Iss. 3, 168–173 [in English].
2. Internet-torhivlia: statystyka 2018 roku URL: <https://neoseo.com.ua/uk/internet-torgovlya-statistika-2018-goda> [in Ukrainian].
3. Pro elektronnu komertsiiu: Zakon Ukrainy vid 03.09.2015 No 675-VIII. (2015). *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy – Supreme Counsel of Ukraine*, No 45, art. 410 [in Ukrainian].
4. Summer, A. (1999). E-Commerce. New York: NYH Publishing [in English].
5. Zwass, V. (1996). Electronic Commerce: Structures and Issues. *International Journal of Electronic Commerce*. Vol. 1, Issue 1, 3–23. doi: 10.1080/10864415.1996.11518273 [in English].
6. Zhelikhovskiy V. M. (2008). Pravovi zasady elektronnoi komertsii v Ukraini. *Extended abstract of Candidate's thesis*. Kyiv [in Ukrainian].
7. Savytska N. L. (2014). Draivery ta bariery rozvytku onlain-ryteilu: teoretyko-metodychnyi aspekt. *Biznes Inform - Business Inform*, 10, 236–241 [in Ukrainian].
8. Doslidzhennia rynku elektronnoi komertsii Ukrainy. URL: <http://hub.kyivstar.ua/?p=13562> [in Ukrainian].
9. Hetman A. P., Atamanova Yu. Ye., Milash V. S., Ivanova K. Yu. (2016). Elektronna komertsiiia v Ukraini. *Pravove rehuliuвання vidnosyn u merezhi Internet*. (Hlibko S. V., Yefremova K. V. Eds.). Kharkiv. Pravo [in Ukrainian].
10. Pro platizhni systemy i perekaz hroshei v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 05.04.2001 No 2346-III. (2001). *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy – Supreme Counsel of Ukraine*, 29, art. 137 [in Ukrainian].
11. Fedyshyn I.B. Elektronnyi biznes ta elektronna komertsiiia. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/17964/5/Lekciji_Elektronnyj_biznes.pdf [in Ukrainian].
12. Publichnyi dohovir pro nadannia posluh z obrobky informatsii. URL: <https://www.portmone.com.ua/r3/docs/portmone-offer.pdf> [in Ukrainian].

13. Uslovyia y Pravyla predostavlenyia usluh v systeme LiqPay. URL: <https://docs.google.com/document/d/12KtvJpLoLk-yzmi2RN> [in Ukrainian].
14. Pro zakhyst prav spozhyvachi: Zakon Ukrainy vid 12.05.1991 # 1023-XII. (1991). *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy – Supreme Counsel of Ukraine*. No 30. St.380. [in Ukrainian].
15. Zelisko, A.M., Baitsar, R.I. (2016). Rozvytok normatyvno-pravovoho rehuliuвання elektronnoi komertsii v Ukraini. *Standartyzatsiia, sertyfikatsiia, yakist – Standardization, certification, quality*. 3. pp. 39-44 [in Ukrainian].

ВРУБЛЕВСКАЯ-МИСЮНА Е. Н.

кандидат юридических наук, младший научный сотрудник НИИ правового обеспечения инновационного развития Национальной академии правовых наук Украины

Статья посвящена анализу вопросов, связанных с процессом осуществления электронной торговли. Проанализированы и определены основные стадии, необходимые для заключения договора, характеристика их особенностей, учитывая их инновационный характер. Сделан вывод о необходимости регламентации положений связанных с установлением требований по осуществлению интернет-торговли и оплаты товаров, услуг с использованием наиболее распространенных платежных систем.

Ключевые слова: электронная коммерция, электронная торговля, интернет-магазин, платежная система.

VRUBLEVSKA-MISIUNA K. M.

PhD, Junior Research of the Scientific and Research Institute of Providing Legal Framework for the Innovative Development of National Academy of Law Sciences of Ukraine

LEGAL REGULATION OF ON-LINE STORE ACTIVITIES

Problem setting. In view of rapid development the legislator does not have time to react to the changes taking place in E-commerce and for whatever the reason is the lack of legal regulation of many key aspects of this kind of activity, which gives rise to fraud in this area. Thus, it is important to create a quality system for E-commerce, since the regulation of the issues relating to it in the legal field will be an impetus for the further development.

Analysis of resent researches and publications. Theoretical research of the relations in the sphere of E-commerce, in particular, the issues of its legal support, is devoted to the works of such Ukrainian and foreign scholars as Adamyuk D.I., Zhelihovsky V.M., Ivanov K. Yu, Pleskach V.L., Chuchkovskaya A.V.

Article's main body. Today, E-commerce is an integral part of everyday life. By studying the approaches of scientists to defining the concept of «Electronic commerce», it is evident that E-commerce is a highly effective form of exchange relationships, which is confirmed by statistical data. By studying the practical aspects of on-line stores activities, one can identify the most common schemes for selling and paying for goods through on-line stores. However, it should be noted and the occurrence of fraud in E-commerce carried out with the help of: lack of information about the seller and «non-branded stores»; that stores disappear from the market after successful scams; fake stores designed to collect information about customer cards; psychological factor, etc.

Conclusions and prospects for the development. In order to improve the security of e-commerce we need clear legal regulation of such important issues as: ensuring quality assurance; providing proof of delivery; consolidation of the division of responsibility in the course of sending and returning the goods, mandatory introduction of a letter of credit for individuals, which involves confirmation of payment by the payment system, etc.

Keywords: E-commerce, electronic commerce, on-line store, payment system.