

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ТА ЇЇ ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ

E-COMMERCE AND ITS LEGAL REGULATION

Юдін В.Ю., аспірант

*Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Макутова
Національної академії наук України*

Останнім часом світ бурхливо переживає черговий бум – зсунення акцентів із комунікаційної та інформаційно-пошукової функцій глобальної комп'ютерної мережі Інтернет на ведення з її допомогою сучасного бізнесу. Комунікаційні технології змінюють сутність бізнес-моделей – базових процесів створення продуктів і послуг виробниками та надання їх кінцевим споживачам. Будь-яка ділова активність, яка використовує можливості глобальної інформаційної мережі для модифікації внутрішніх і зовнішніх зв'язків фірми з метою створення прибутку, охоплюється поняттям «електронна комерція».

Саме інформаційна сфера є джерелом нових ідей в організації та веденні бізнесу, менеджменту, нових організаційних рішень тощо. За темпами зростання вона посідає одне з перших місць у світі. Для неї є характерним стрімке економічне зростання або банкрутство, миттєве збагачення, нетрадиційні методи та підходи до вирішення економічних проблем. Тому вивчення закономірностей, застосовуваних методів і прийомів є надзвичайно важливим.

Вирішення завдань реформування економіки України та інтеграції національного ринку у світову економічну систему потребує впровадження сучасних інформаційних систем і технологій у діяльність вітчизняних компаній. Стан і розвиток електронної комерції здебільшого визначають темпи наближення країни до побудови інформаційного суспільства, що створює підґрунтя для прискорення інтеграції її економіки у світову. Тому проблема розвитку електронної комерції в Україні є дуже актуальною.

У статті була проаналізована діюча нормативно-правова база, яка регламентує діяльність підприємств електронної комерції та ведення ними бухгалтерського обліку з метою визначення напрямів її подальшого удосконалення. Під час дослідження було використано методи систематизації та узагальнення під час розгляду низки нормативно-правових актів, які регламентують діяльність підприємств електронної комерції в Україні. Також розглянуто проблеми правового регулювання електронної комерції в Україні в рамках господарських відносин. Проаналізовано поняття, особливості та проблеми застосування електронної комерції, на основі чого окреслено проблеми та перспективи нормативного регулювання зазначеної сфери.

Ключові слова: електронна комерція, електронна торгівля, господарська діяльність, інформаційно-комунікаційні технології.

Recently, the world is experiencing another boom – the shift of emphasis from the communication and information retrieval function of the global computer network Internet to conducting modern business with its help. Communication technologies change the very essence of business models – the basic processes of creating products and services by manufacturers and providing them to end users. Any business activity that uses the capabilities of the global information network to modify the internal and external links of the firm for profit is covered by the concept of e-commerce.

The information sphere is the source of new ideas in the organization and conduct of business, management, new organizational decisions, etc. In terms of growth, it ranks one of the first places in the world. It is characterized by rapid economic growth or bankruptcy, instant enrichment, non-traditional methods and approaches to solving economic problems. Therefore, the study of patterns, methods and techniques used is extremely important.

Solving the problems of reforming the economy of Ukraine and integrating the national market into the world economic system requires the introduction of modern information systems and technologies in the activities of domestic companies. The state and development of e-commerce largely determine the pace of the country's approach to building an information society, creates a basis for accelerating the integration of its economy into the world. Therefore, the problem of e-commerce development in Ukraine is definitely relevant.

In this regard, the current legal framework governing the activities of e-commerce enterprises and their accounting in order to determine areas for further improvement was analyzed. In the course of the research, the methods of systematization and generalization were used during the consideration of a number of normative legal acts regulating the activity of e-commerce enterprises in Ukraine. In addition, the article considers the problems of legal regulation of e-commerce in Ukraine in the framework of economic relations. The concepts, features and problems of e-commerce application are analyzed, on the basis of which the problems and prospects of normative regulation of the specified sphere are outlined.

Key words: e-commerce, e-commerce, economic activity, information and communication technologies.

Постановка проблеми. Епоха динамічного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, однією з яких є інтернет, призвела до виникнення віртуального простору – особливого електронного середовища взаємодії, в якому будь-які дії з інформацією вчиняються за допомогою цифрових сигналів. Такі значні перетворення спричинили суттєві зміни майже в усіх сферах, пов'язаних із інформаційним обміном, не залишивши осторонь і систему організації та здійснення комерційної діяльності. Порівняно з традиційною господарською діяльністю робота з використанням інформаційно-комунікаційних технологій має певну специфіку, тому для її виокремлення був запроваджений термін «електронна комерція» (англ. «e-commerce»), або «електронна торгівля» [1].

У більшості країн світу електронна комерція набула значного поширення і відкрила неймовірні можливості для бізнесу та розвитку економіки. Щорічно глобальний ринок електронної комерції зростає. Це пов'язано з тим, що інформаційні технології відіграють все більшу роль у житті сучасної людини. Активний розвиток електронної комерції, яка для вітчизняного права є новою сферою су-

спільних відносин, породив велику кількість теоретичних і практичних проблем. Так, юридичні механізми, які були створені для регулювання традиційної підприємницької діяльності, виявилися непридатними для регламентації правовідносин, що виникли з появою інтернету.

Отже, дослідження і вирішення проблем правового регулювання у сфері онлайн-торгівлі нині, безумовно, має велике практичне значення, оскільки взаємодія між суб'єктами господарювання постійно змінюється у зв'язку зі змінами, пов'язаними з розвитком економічних і суспільних явищ. Починаючи з кінця ХХ століття, визначальним чинником, який змінив тип взаємовідносин в економіці та суспільстві, стало виникнення та розповсюдження мережі Інтернет.

Електронна комерція в Україні є найбільш урегульованим на законодавчому рівні видом бізнесу, який здійснюється в електронному середовищі. Нормативно-правовим актом, що визначає організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, встановлює порядок вчинення електронних правочинів із застосуванням інформаційно-телекомунікаційних систем, визначає

права і обов'язки учасників відносин у сфері електронної комерції, є Закон України «Про електронну комерцію» № 675-VIII від 03.09.2015. Незважаючи на високу оцінку зазначеного нормативного акту серед представників онлайн бізнесу, він не зміг охопити усі аспекти електронної комерції, які потребували регламентації до його прийняття, і має бути доповнений іншими нормативно-правовими актами, необхідними для розвитку та успішного функціонування електронної комерції в Україні [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Враховуючи високий рівень актуальності наукових досліджень у сфері вивчення особливостей існування електронної комерції, її дослідження знаходяться в центрі уваги значної кількості вітчизняних і зарубіжних вчених. Так, правові засади функціонування електронної комерції розглядаються в роботах Д. Артеменко, У. Балик, Ю. Борисова, М. Дутова, В. Желіховського, Н. Костова, О. Мельник, В. Резнікова та інших науковців.

Метою статті є дослідження проблем та особливостей діючої нормативно-правової бази, яка регламентує діяльність підприємств електронної комерції з метою визначення напрямів її подальшого удосконалення.

Виклад основного матеріалу. Проблема правового забезпечення електронної комерції виходить далеко за межі однієї країни, тому світове співтовариство зосереджує увагу на уніфікації та гармонізації законодавства на регіональному (в рамках ЄС, СНД, СОТ) та міжнародному рівнях, сприяючи розробці єдиних принципів і положень. Такий підхід необхідно вважати правильним, оскільки фактично інтернет не належить до суспільних відносин. Технічно інтернет є сукупністю комп'ютерів, об'єднаних мережею, які використовуються для зберігання та передачі інформації. Проте правові відносини можуть виникати під час використання мережі Інтернет.

Особливістю таких правовідносин є те, що вони здебільшого носять екстериторіальний характер. Одностороннє застосування державою правових норм, які регулюють подібні відносини, без урахування досвіду міжнародної практики та законодавства інших країн буде неефективним. Інтернет не прив'язаний до певної території, а має глобальний, екстериторіальний характер, тому, як небезпідставно наголошують деякі вчені, одностороннє застосування державою правових норм, які регулюють подібні відносини, без урахування досвіду міжнародної практики та законодавства інших країн буде неефективним, а при здійсненні трансграничних електронних правочинів у деяких випадках взагалі зробить їх вчинення не можливим [3].

Існують окремі недоліки нормативно-правового регулювання господарської діяльності підприємств, які працюють у галузі електронної комерції в Україні, та нормативної регламентації економічної діяльності, зокрема, частково пов'язані із кодифікованою системою правотворчості, що використовується в Україні. Для того, щоб проводити зміну системи законотворчої діяльності в Україні у цьому контексті, необхідно долучити до дискусій та участі у законотворчому процесі щодо вказаної вище сфери діяльності підприємства в електронному середовищі, організації, які будуть сформовані із представників підприємств, що працюють у галузі електронної комерції, а також представників громадськості для ініціювання розробки законопроектів, які відповідатимуть на запити електронної комерції та суспільства.

Конституцією України (ст. 42) визначено право кожного на здійснення підприємницької діяльності, що не заборонено чинним законодавством. Підприємницька діяльність здійснюється на умовах конкуренції, яка знаходиться під захистом держави. Крім захисту інтересів підприємців, держава забезпечує захист прав споживачів, здійснює контроль за якістю і безпекою продукції та усіх видів послуг і робіт.

Різні аспекти діяльності підприємств, які працюють в електронному середовищі, було урегульовано окремими нормами, викладеними в кодексах і законах України, зокрема Господарським кодексом України № 436-IV від 16.01.2003, в якому визначено порядок взаємодії між підприємцями та споживачами, які виникають у мережі Інтернет. Положеннями Податкового кодексу України № 2755-VI від 02.12.2010 закріплено вимоги щодо оподаткування підприємств, які працюють в електронному середовищі, та встановлено певні обмеження щодо застосування спрощеної системи оподаткування. Цивільний кодекс України № 435-IV від 16.01.2003 визначає основні засади організації діяльності інтернет-магазинів на підставі ототожнення їх діяльності з діяльністю торговельних підприємств, які здійснюють торгівлю за зразками. Кримінальний кодекс України № 2341-III від 05.04.2010 визначає види злочинів, які можуть бути здійснені в онлайн-середовищі, та відповідальність за їх скоєння.

Регламентація вказаних відносин ґрунтувалася і на нормах нормативно-правових актів, положення яких лише фрагментарно регулювали окремі питання електронної комерції. З прийняттям Закону України № 675-VIII від 03.09.2015 «Про електронну комерцію» багато питань, пов'язаних із цією діяльністю, були вирішені. Саме цим нормативно-правовим актом вирішувалася низка моментів, пов'язаних з електронною торгівлею [4], ним було закріплено електронну комерцію як галузь економіки та визначено її особливості.

Як слушно зазначає Н. Костова, прийняття закону у сфері електронної комерції – це подія, яку учасники ринку електронної комерції чекали роками. Цей нормативний акт, зокрема, регулює порядок здійснення операцій в електронному вигляді. Експерти переконані, що цей акт виведе бізнес із сірої зони економіки і стимулюватиме інвесторів вкладати кошти у цей сектор, оскільки останні роками іноземні інвестори взагалі не зацікавлені у розвитку власного бізнесу в Україні [5, с. 45].

Однією з переваг Закону України «Про електронну комерцію» є визначення переліку суб'єктів господарювання, які беруть участь у господарській діяльності в сфері електронної комерції, що включає суб'єктів електронної комерції (продавці, постачальники, виконавці та покупці, замовники, споживачі), постачальників послуг проміжного характеру в інформаційній сфері, органи державної влади та органи місцевого самоврядування в частині виконання ними функцій держави або місцевого самоврядування.

Нині у науковій літературі поняття електронної комерції розглядається в багатьох роботах. Так, Т. Тардаскіна, Є. Стрельчук, Ю. Терешко вважають, що електронна комерція (e-commerce) – це вид електронної комерційної діяльності – продаж, здача в оренду, надання ліцензій, постачання товарів, послуг або інформації з використанням інформаційних комунікаційних технологій [6, с. 33]. У. Балик, М. Колісник зауважують, що електронна комерція (e-commerce, інтернет-торгівля, електронна торгівля) – це широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів і послуг [7, с. 12]. Л. Гармідер, А. Орлова під терміном «електронна комерція» розуміють таку форму постачання продукції (товарів і послуг), за якої вибір або замовлення товарів здійснюється через комп'ютерні мережі, а розрахунки між покупцем і постачальником відбуваються з використанням електронних документів і/або засобів платежу.

Електронна комерція – це виробництво, поширення, маркетинг, продаж або доставка товарів і послуг електронним способом [8, с. 59]. В. Желіховський пропонує електронну комерцію розглядати як систему взаємовідносин у сфері здійснення обміну даними (електронними документами) та інформацією між суб'єктами господарювання з використанням глобальної мережі Інтернет [9, с. 9]. В Законі України «Про електронну комерцію» зазначено,

що електронна комерція – відносини, спрямовані на отримання прибутку, які 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 відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [4].

Відповідно до ст. 263 ГК України господарсько-торгівельною є діяльність, яка здійснюється суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямовується на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг [10 ГК]. З урахуванням розвитку електронної комерції та законодавчого регулювання цієї сфери суспільних відносин деякі науковці вважають необхідним внесення змін до зазначеної статті і доповнення її окремим пунктом, у якому до господарсько-торгівельної діяльності було б віднесено і електронну комерцію [11, с. 9].

На думку О. Білого, коректним було б віднесення до господарсько-торгівельної діяльності лише електронної торгівлі [12, с. 124]. Можна погодитися із В. Резніковою в тому, що електронна комерція як діяльність має характер господарської, тому що є діяльністю суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямованою на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт або надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність (ст. 3 ГК України). Однак вона визначається через різні суспільні відносини, які складаються при її провадженні.

В. Резнікова справедливо зазначає, що у регулюванні електронної комерції з позицій права проблемним є вибір механізму регулювання електронної комерційної діяльності, оскільки, наприклад, кваліфікація торгівлі через мережу Інтернет як «торгівлі за зразками» чи «дистанційної торгівлі» впливатиме на визначення переліку товарів, які можна продавати через мережу Інтернет суб'єкту господарювання, а також на вибір тих правових механізмів, засобом яких можна організувати здійснення відповідної діяльності [13]. О. Мельник зазначає, що електронна комерція є складником цифрової економіки. Нині вона також є і розвиненою та втіленою у життя сферою цифрової економіки [14].

Враховуючи наведені трактування, пропонуємо розглядати електронну комерцію як сферу цифрової економіки та вид господарської діяльності, що включає усі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, і бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій.

Поняття «е-комерція» ширше, ніж поняття «електронна торгівля» (далі – ЕТ), оскільки воно охоплює усі види електронної і комерційної діяльності. Це обмін матеріальних або віртуальних товарів / послуг на гроші (електронні) між об'єктами комерційної діяльності в мережі Інтернет, при чому весь цикл комерційної транзакції або її частина здійснюється електронним способом. Електронна комерція може відбуватися між суб'єктами підприємництва під час виробництва і продажу товарів (бізнес-бізнес), між суб'єктом підприємництва і споживачем, під час продажу і розповсюдження товарів (бізнес-споживач), між двома споживачами (споживач-споживач) [6, с. 33].

У зв'язку зі специфічним характером інституту електронної комерції важливим є визначення суспільних відносин, які належать до цієї сфери. Так, електронна комерція включає три групи суспільних відносин: 1) відносини, пов'язані з укладанням угод в сфері господарювання з використанням мережі електрозв'язку; 2) відносини, пов'язані з використанням і обміном електронними документами; 3) відносини, пов'язані з використанням електронних підписів [15, с. 782].

З огляду на специфічний характер суспільних відносин, які входять до сфери електронної комерції, на прак-

тиці виникає низка проблемних моментів. Серед основних можна виділити такі: проблема індивідуалізації суб'єктів; складності у підтвердженні отримання акцепту, переданого з використанням інформаційних мереж; проблема визначення законодавства, яке застосовується у зв'язку з транснаціональним характером електронної комерції; відсутність чіткої міжнародної уніфікації положень у сфері електронної комерції; специфічний характер правовідносин; швидкий розвиток інформаційних технологій, що ускладнює оперативне правове реагування і внесення відповідних змін до законодавства [15, с. 782].

У навчальному посібнику «Електронна комерція» колективу авторів Одеської національної академії зв'язку ім. О. Попова розглядаються моделі електронної комерції, які підрозділяються залежно від учасників та їх взаємин:

- 1) B2B (бізнес для бізнесу) – сектор взаємодії між юридичними особами та організаціями;
- 2) B2C (бізнес для споживача) – сектор взаємодії між юридичними і фізичними особами;
- 3) B2G (бізнес для уряду) – сектор взаємодії між юридичними особами і державними організаціями;
- 4) C2C (споживач для споживача) – сектор взаємодії між фізичними особами;
- 5) G2C (уряд для споживача) – сектор взаємодії між державними організаціями і фізичними особами.

Суб'єкт, визначений першою літерою аббревіатури, виступає як продавець або сторона, яка надає послуги. C2B, G2G, C2G, G2B включають тих самих учасників, відрізняючись лише характером їхньої взаємодії [6, с. 45]. Розглянувши моделі електронної комерції, поділені на сектори, можна зробити висновок, що в цьому випадку Закон України «Про електронну комерцію» потребує удосконалення в рамках діяльності суб'єктів, які працюють в електронному середовищі.

Серед позитивних нововведень Закону «Про електронну комерцію» слід виділити такі: узаконено принципи електронної комерції; наведено тлумачення основних термінів; введено положення про учасників електронної комерції та визначено їх правовий статус; на покуштя продукції через інтернет розповсюджено правовий режим Закону України «Про захист прав споживачів»; викладено права та обов'язки сторін; наведено вимоги щодо інформації про об'єкти торгівлі; детально регламентовано процедуру укладення електронних правочинів; введено положення про захист персональних даних.

Підходи до здійснення господарської діяльності у сфері електронної комерції, наведені в Законі України «Про електронну комерцію», відповідають загальноприйнятим європейським стандартам у галузі ведення підприємницької діяльності в онлайн-середовищі. Головним орієнтиром при розробці основних положень закону була Директива № 2000/31/ЄС «Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема електронної комерції на внутрішньому ринку» від 08.06.2000.

Необхідно звернути увагу і на деякі проблемні питання. Так, Законом «Про електронну комерцію» передбачено, що договори, укладені в електронній формі, прирівнюються до договорів, укладених у письмовій формі. Електронний договір підписують за допомогою електронного підпису, електронного цифрового підпису, електронного підпису одноразовим ідентифікатором або аналогом власноручного підпису. Проте процедуру цього підписання в законі не прописано, що допомогло б уникнути ризиків визнання такого договору недійсним. Відсутність належного нормативного регулювання порядку використання електронного підпису чи електронного цифрового підпису несе ризики для сторін угод, укладених в режимі реального часу. Також Закон також не охоплює усі моделі електронної торгівлі, що істотно гальмує її розвиток в Україні. Його положення характеризуються певною неузгодженістю, часто не враховують вимоги Закону України

«Про захист персональних даних» і Конвенції про захист осіб у зв'язку з автоматизованим опрацюванням персональних даних [16, с. 80].

Україна, підписавши Угоду про асоціацію із ЄС, визначилася з моделлю інституційного регулювання у сфері електронної торгівлі, обравши європейський варіант. Нині держава має вжити заходів щодо легалізації електронної торгівлі та її перетворення на один із «локомотивів» економіки [16, с. 81].

Розвиток електронної торгівлі в Україні спричинив появу так званого інтернет-шахрайства. Серед основних прав онлайн-споживачів – право на інформацію. Споживач перед тим, як купити щось дешевше, має переглянути інформацію, чи є контакти, як повернути товар або зателефонувати і дізнатися, чи буде виданий фіскальний чек. Якщо споживач свідомо це робитиме, на підставі цього ймовірно буде менше скарг, менше нелегального бізнесу. Але інформація про назву суб'єкта підприємницької діяльності зазначена лише в 35% сайтів із вибраних 60 інтернет-магазинів, а видати фіскальний чек готові лише чверть інтернет-магазинів [5, с. 46–47].

Важливим кроком для вирішення цієї проблеми стало впровадження 13.06.2014 у правовій системі ЄС норм, які внесли зміни в законодавство щодо укладання договорів онлайн-споживачів на відстані. Директива 2011/83/EU, яка є основою для впровадження нових прав і обов'язків для підприємців онлайн-споживачів, має своїм завданням максимальну стандартизацію закону про електронну торгівлю на всій території ЄС. Цей документ значно розширив коло прав онлайн-споживачів і підвищив рівень їхнього захисту. Зміни мають полегшити укладання угод на відстані між підприємцями і споживачами на аналогічних принципах по всій території ЄС [17].

Висновки. Таким чином, електронну комерцію можна розглядати як вид господарської діяльності щодо продажу товарів і послуг за допомогою використання інформаційно-комунікаційних технологій.

Останніми роками в Україні склалися передумови для розвитку електронної комерції. З прийняттям Закону України від 03.09.2015 «Про електронну комерцію» багато питань, пов'язаних із цією діяльністю, були вирішені.

Проте, незважаючи на позитивні кроки правового регулювання електронної комерції, воно ще потребує вдосконалення, а саме необхідно повністю висвітлити необхідні підходи та правила, на підставі яких повинна регламентуватися електронна комерція.

Закон «Про електронну комерцію» не охоплює моделі електронної комерції, що істотно гальмує її розвиток в Україні. У Законі не прописано процедури підписання договорів, укладених в електронній формі. Відсутність належного нормативного регулювання порядку використання електронного підпису чи електронного цифрового підпису несе ризики для сторін угод, укладених в режимі реального часу. Наприклад, однією із таких угод може бути купівля-продаж, але відсутня паперова форма договору, підтвердження факту купівлі-продажу, здебільшого відсутня інформація про юридичну особу, яка надає послуги (чи про її статус), оскільки продавець і покупець спілкуються в електронній формі з використанням програмних засобів і мережі Інтернет без відповідної автентифікації та ідентифікації.

Враховуючи специфічний характер суспільних відносин, які входять до сфери електронної комерції, на практиці виникає низка проблемних моментів, серед яких можна виділити такі: проблема індивідуалізації суб'єктів; складнощі у підтвердженні отримання акцепту, передавання з використанням інформаційних мереж; проблема визначення законодавства, яке застосовується у зв'язку із транснаціональним характером електронної комерції; відсутність чіткої міжнародної уніфікації положень у сфері електронної комерції; специфічний характер правовідносин; швидкий розвиток інформаційних технологій, що ускладнює оперативне правове реагування і внесення відповідних змін до законодавства.

Необхідним є і прийняття деяких нових нормативних актів у сфері електронної комерції та внесення змін до вже існуючих. Також потрібно максимально гармонізувати законодавчу базу України з європейською, щоб не виникло непорозумінь під час здійснення електронної комерції. Отже, для активного розвитку електронної комерції в Україні необхідна державна підтримка та вдосконалення нормативної бази, яка, зокрема, регулює питання електронної комерції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Електронна комерція в Україні. URL: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/12748/1/Ivanova_134-155.pdf.
2. Задорожний «Електронна комерція в Україні: дискусійні аспекти нормативно-правового регулювання» ISSN 1993-0240. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. № 1, 2017. С. 119–125.
3. Зажигалкин А.В. Международно-правовое регулирование электронной коммерции : автореф. дис. канд. юрид. наук: 12.00.10, 12.00.04. С.-Петербург. гос. ун-т. СПб., 2005, 30 с. URL: www.russianlaw.net/files/law/doc/a190.doc.
4. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19/print>.
5. Костова Н.І., Фалес О.Г. Перспективи та новачі електронної комерції в Україні. *Часопис цивілістики*. 2019. Вип. 32. С. 44–49.
6. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція : навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. С. 33.
7. Балик У.О., Колісник М.В. Електронна комерція як елемент системи світового господарства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2014. № 811: Логістика. С. 11–19.
8. Гармідер Л.Д., Орлова А.В. Особливості розвитку вітчизняної електронної комерції. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2015. № 1(18). С. 58–65.
9. Желіховський В.М. Правові засади електронної комерції в Україні : автореф. дис. канд. екон. наук: 12.00.07 «Адміністративне право і процес, фінансове право, інформаційне право». Київський національний університет внутрішніх справ. Київ, 2007. 22 с.
10. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
11. Трубін І.О. Правове регулювання електронної комерції в Україні. *Науковий вісник Національної академії ДС України*. 2007. № 2. С. 192–198.
12. Білий О. Господарсько-правова відповідальність за належну якість та безпеку товарів, що реалізуються у сфері електронної комерції. *Юридичний вісник*. 2016. № 3. С. 121–129.
13. Резнікова В. Поняття, значення та перспективи правового забезпечення електронної комерції в Україні. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2015. № 2. С. 58–72.
14. Мельник О.В. Електронна комерція як складник електронного бізнесу. Рубрика: Сучасні інформаційні технології. URL: <http://intkonf.org/melnik-ov-elektronnakomertsiya-yak-skladova-chastina-elektronnogobiznesu/>.
15. Артеменко Д.С., Бражник В.О. Проблеми правового регулювання електронної комерції. *Молодий вчений*. 2018. № 11(2). С. 780–783.
16. Плєскач В.Л., Затонацька Т.Г., Олексюк Л.В. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні. *Економіка України*. 2017. № 11. С. 73–84.
17. Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council. URL: <http://eur-lex.europa.eu>.