УДК 347.73:004.738.5:339 (477)
DOI https://doi.org/10.32782/2524-0374/2020-9/69

# АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

# CURRENT ISSUES OF LEGAL REGULATION OF ELECTRONIC COMMERCE IN UKRAINE

**Товкун Л.В., к.е.н.,**
**доцент кафедри фінансового права**
*Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого*

**Федоровська М.А., студентка III курсу**
**міжнародно-правового факультету**
*Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого*

Значні можливості електронної комерції протягом останнього періоду схарактеризували даний сегмент діяльності як один із таких, що найшвидше зростає. Такі тенденції приводять до значного збільшення концентрації фінансів у цифровій сфері, що потребує вирішення широкого обсягу питань, які постають перед державою. Натепер наявні і потребують подальшого вивчення низка проблем, пов'язаних з особливостями правового регулювання електронної комерції в Україні. У статті розглянута еволюція поглядів учених із визначення змісту електронної комерції. Незважаючи на те, що наведені в наукових дослідженнях визначення цього терміна демонстрували розбіжності в розумінні її сутності, вони стали підґрунтям для розроблення нормативно-правового визначення електронної комерції. У роботі підкреслені особливості, притаманні електронній комерції, а саме те, що її здійснення передбачає наявність системи відносин у сфері електронних документів і документообігу; у сфері укладання правочинів, середовищем для яких є мережа електрозв'язку; у сфері надання банківських послуг з урахуванням розвитку інформаційних технологій; у сфері використання електронних підписів тощо. З огляду на різноплановість законодавчої бази, яка регулює питання електронної комерції, зазначено, що це може породжувати відповідні розбіжності, прогалини і колізії в законодавстві, наслідком яких є проблеми у правовому регулюванні електронної комерції. У статті проаналізовані деякі з них. Так, відсутність органу, що відповідає за формулювання і реалізацію державної політики у сфері електронної комерції, не забезпечує ефективного державного регулювання і призводить до розпорошеності повноважень регулювання сфери електронної торгівлі між різними органами державної влади та відсутності системного підходу до регулювання сфери електронної комерції. Наступним недоліком є відсутність правил укладення електронних правочинів із системою запобіжників юридичного характеру, зокрема й отримання доказів укладення правочину (чеки), розрахунку за спожиті товари чи послуги. Відповідним вирішенням проблеми є саме обов'язкове застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері інтернет-торгівлі. Автори звернули увагу на проблему фактичного недотримання принципу свободи договору (особливо щодо покупця), оскільки електронні правочини вчиняються на основі відповідних пропозицій (оферт). Важливою проблемою, яка пов'язана зі специфікою ведення електронної комерції, є неузгодженість окремих норм Закону України «Про електронну комерцію» одна з одною, а також норм вищевказаного Закону з нормами Закону України «Про захист персональних даних» і Конвенції про захист осіб у зв'язку з автоматизованою обробкою персональних даних, ратифікованою Законом України від 6 липня 2010 року № 2438–VI.

**Ключові слова:** електронна комерція, електронна торгівля, електронні документи, електронний документообіг, електронний правочин, реєстратори розрахункових операцій, інтернет-торгівля, захист персональних даних, міжнародний ринок електронної торгівлі, фізична особа-підприємець.

Significant opportunities of e-commerce in the recent period have characterized this segment of activity as one of the fastest growing. Such trends lead to a significant increase in the concentration of finance in the digital sphere, which requires addressing a wide range of issues facing the state. Currently, there are a need to study further a number of problems related to the peculiarities of the legal regulation of e-commerce in Ukraine. The article considers the evolution of the views of scientists to determine the content of e-commerce. Despite the fact that the existing definitions of this term in scientific research showed differences in the understanding of its essence, they became the basis for the development of a legal definition of e-commerce. The paper emphasizes the features inherent in e-commerce, namely, the fact that its implementation involves a system of relations in the field of electronic documents and document management; in the field of concluding transactions, the environment for which is a telecommunication network; in the field of banking services, taking into account the development of information technology; in the field of electronic signatures and more. Given the diversity of the legal framework governing e-commerce, it is noted that this may create relevant differences, gaps and conflicts in the legislation which result in problems in the legal regulation of e-commerce. The article analyzes some of them. Thus, the lack of a body responsible for formulating and implementing state policy in the field of e-commerce does not provide effective state regulation and leads to dispersion of powers to regulate e-commerce between different government agencies and lack of a systematic approach to e-commerce regulation. Another disadvantage is the lack of rules for concluding electronic transactions with a system of legal safeguards, including obtaining evidence of transactions (checks), payment for consumed goods or services. The appropriate solution to the problem is the mandatory use of registrars of settlement transactions in the field of e-commerce. The authors drew attention to the problem of actual non-compliance with the principle of freedom of contract (especially for the buyer), as electronic transactions are made on the basis of relevant proposals (offers). An important problem related to the specifics of e-commerce is the inconsistency of certain provisions of the Law of Ukraine "On Electronic Commerce" and the above law to the Law of Ukraine "On Personal Data Protection" and the Convention for the Protection of Individuals with regard to automated processing of personal data, ratified by the Law of Ukraine dated 06.07.2010 № 2438–VI.

**Key words:** e-commerce, e-commerce, e-documents, e-document flow, e-transaction, registrars of settlement transactions, e-commerce, personal data protection, international e-commerce market, individual entrepreneur.

Ринок електронної комерції впевнено посідає одне з перших місць у світовій цифровій економіці. Пандемія, спричинена поширенням вірусу COVID-19, істотно змінила уявлення про сучасне функціонування бізнесу. Електронна комерція надала виробникам широкий спектр можливостей, а саме: миттєве проведення грошових транзакцій, швидке поширення інформації, цілодобовий зв'язок із контрагентами та клієнтами, необмежені маркетингові можливості, транскордонність, зниження витрат на ведення бізнесу тощо.

Значні можливості електронної комерції протягом останнього періоду охарактеризували даний сегмент діяльності як один із таких, що найшвидше зростає. Зокрема, за оцінками Global-e, за перше півріччя 2020 р. продажі у сфері електронної комерції в усьому світі зросли більш ніж на 20% порівняно з аналогічним періодом минулого року. У США період із квітня по червень став рекордним за кількістю витрат споживачів в інтернеті – показник виріс на 45%, кожен п'ятий витрачений долар припадав на онлайн. У Британії з'явилося 16 тисяч компаній у сфері електронної комерції. А за даними

International Business Machines Corporation, індустрія за час пандемії обігнала п'ятирічні прогнози. В Україні теж спостерігається зростання. Так, у 2020 р. наша країна стала лідером зі зростання електронної комерції у Східній Європі, про що свідчать дані Euromonitor International. Доля електронної комерції в Україні у 2020 р. становила 8% від загальних роздрібних продажів у країні. Для порівняння, цей показник у 2018 р. становив лише 3,2%. Тобто показники об'єму ринку електронної комерції за ці два роки зросли більше ніж на 50% [1].

Такі тенденції привели до значного збільшення концентрації фінансів у цифровій сфері, що потребує вирішення широкого кола питань, які постають перед державою. Тому все більше українських і закордонних учених присвячують свої наукові праці дослідженню проблем, пов'язаних з електронною комерцією, серед них: Н. Борейко, І. Бєлік, О. Вінник, В. Гаєнко, М. Козир, В. Костенко, Н. Малініна, В. Муравйов, Ю. Приймакова та інші. Проте натепер наявні і потребують подальшого вивчення низка проблем, пов'язаних з особливостями правового регулювання електронної комерції в Україні.

**Метою** роботи є дослідження актуальних проблем правового регулювання електронної комерції в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Стрімкий розвиток сучасних інформаційних технологій і всесвітньої мережі Інтернет відіграє важливу роль у різних сферах життєдіяльності, істотно сприяє активізації підприємницької діяльності в напрямі світової глобалізації, створює умови для розвитку такого виду діяльності, як електронна комерція.

Простежимо еволюцію поглядів учених із визначення змісту електронної комерції. Тут можна визначити таку тенденцію, що більшість закордонних авторів, коли пояснювали поняття електронної комерції, узагальнювали її як діяльність, що охоплює всі типи електронних транзакцій між організаціями та зацікавленими особами [2, с. 402]. Так, А. Саммер, Дж. Дункан та В. Звасс зазначали, що «електронна комерція» – це будь-яка форма бізнес-процесу, коли взаємодія між суб'єктами відбувається електронним шляхом з використанням інтернет-технологій [3; 4]. Д. Козьє, у свою чергу, визначав, що «електронна комерція» охоплює не лише купівлю-продаж товарів та послуг через інтернет для безпосереднього отримання прибутку, але й отримання прибутку, створення попиту на товари та послуги, упровадження післяпродажного обслуговування клієнтів, полегшення взаємодії між діловими партнерами [5]. Серед вітчизняних учених думку, висловлену Д. Козьє, підтримували А. Волокітін, А. Манюшкін, А. Солдатіков та А. Мартовий. Під електронною комерцію вони розуміли технологію, що забезпечує повний замкнений цикл операцій, який включає замовлення товару (послуги), проведення платежів, участь в управлінні доставкою товару (виконання послуги), переважно орієнтовану на отримання прибутку в результаті угод і транзакцій в інтернеті [6]. П. Авдєєв стверджував, що поняття «електронна комерція» ширше, ніж «комерція в інтернеті», оскільки до нього входять усі види електронної комерційної діяльності, та може містити замовлення, оплату та доставку товарів / послуг / інформації [7]. Варто зазначити, що важливим для розуміння змісту електронної комерції було питання співвідношення термінів «електронна комерція» та «електронна торгівля». Це було пов'язано з тим, що ці поняття часто вживались як рівнозначні, зокрема в таких джерелах, як «Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера» за редакцією Р. Дяківа, «Економічна енциклопедія» за редакцією С. Мочерного. Проте американські вчені А. Саммер та Г. Дункан у своїй роботі «Електронна комерція» розмежовували їх, зазначали, що «електронна торгівля» є лише категорією електронної комерції, обмежується безпосередньо операціями купівлі-продажу [8]. У роботах багатьох вітчизняних дослідників, а саме А. Берези, І. Козак, Ф. Левченко, Г. Юрчук, М. Макарової, електронна торгівля також розглядалася як складова частина електронної комерції.

Незважаючи на те, що поширені в науковій доктрині визначення «електронної комерції» демонстрували розбіжності в розумінні її сутності, відрізнялись за своїми масштабами та варіювались залежно від сфер застосування (типу) операцій, що відносять до цього поняття, та засобів зв'язку (мереж), за допомогою яких проводяться ці транзакції, відповідні наукові погляди стали підґрунтям для розроблення нормативно-правового визначення електронної комерції. В ухваленому у 2015 р. Законі України «Про електронну комерцію» № 675–VIII (далі – Закон України № 675–VIII) були визначені організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, порядок учинення електронних правочинів із застосуванням інформаційно-телекомунікаційних систем, права й обов'язки учасників відносин у сфері електронної комерції, а також основні терміни та поняття в цій сфері. Так, уперше на законодавчому рівні було запроваджено визначення електронної комерції, під якою розуміють «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, унаслідок чого в учасників таких відносин виникають права й обов'язки майнового характеру» [9]. Виходячи з такого визначення, необхідно підкреслити низку особливостей, притаманних електронній комерції, а саме те, що її здійснення передбачає наявність системи відносин у сфері електронних документів і документообігу, у сфері укладання правочинів, середовищем для яких є мережа електрозв'язку, у сфері надання банківських послуг з урахуванням розвитку інформаційних технологій, у сфері використання електронних підписів тощо. Тому логічним є те, що правове регулювання електронної комерції в Україні здійснюється не лише Законом України № 675–VIII, а й іншими нормативно-правовими актами, до яких відносять: Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, закони України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», «Про банки і банківську діяльність», «Про страхування», «Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах», «Про телекомунікації», «Про захист персональних даних», а також міжнародні договори України, ратифіковані Верховною Радою України. Однак, незважаючи на таке нормативно-правове регулювання, варто зазначити, що воно натепер є недосконалим і потребує змін. Це пов'язано з особливостями здійснення електронної комерції, з тим, що законодавча база, яка регулює питання електронної комерції, є різноплановою, а це, як наслідок, породжує колізії норм. Тому для успішного функціонування електронної комерції необхідні встановлення та ліквідація відповідних розбіжностей та прогалин у законодавстві, усунення колізій, які породжують відповідні проблеми у правовому регулюванні такої сфери діяльності в Україні.

Розглянемо більш детально деякі проблеми, що пов'язані зі специфікою ведення електронної комерції. На нашу думку, однією з них є відсутність органу, що відповідає за формулювання і реалізацію державної політики у сфері електронної комерції. Це пов'язано з тим, що нині регулювання сфери електронної комерції розділено між 11 різними органами державної влади, як-от Міністерство цифрової трансформації України, Міністерство розвитку економіки торгівлі та сільського господарства України, Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, Уповноважений Верховної Ради з прав людини й інші. На нашу думку, така ситуація не забезпечує ефективного державного регулювання,

адже призводить до розпорошеності повноважень регулювання сфери електронної торгівлі між різними органами державної влади та відсутності системного підходу до регулювання сфери електронної комерції. Унаслідок цього в Україні не проводяться постійний моніторинг та корегування нормативно-правового регулювання наявних процесів, зумовлених, зокрема, розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, а також відсутній прийнятний статистичний облік кількості, якості та структури розгляду скарг споживачів електронної комерції, що, на нашу думку, потребує постійного нагляду і втручання держави. Доцільною для вирішення цієї проблеми вважаємо концепцію, що була запропонована Платформою громадянського суспільства Україна – ЄС. Вона передбачає створення під егідою першого віце-прем'єр-міністра, спільно з Національним банком України, міжвідомчої робочої групи із залученням усіх зацікавлених сторін (стейкхолдери), яка розробить план імплементації державної політики у сфері розвитку електронної комерції. Цей план включає розроблення нормативно-правового забезпечення електронної комерції; методи та механізми підготовки кадрового та фінансового забезпечення; порядку погодження із зацікавленими особами; узгодження державно-громадської взаємодії у сфері електронної комерції; розроблення Національного плану дій з регулярного ознайомлення та впровадження систем електронної комерції різних типів [10].

Варто зауважити, що розвиток електронної комерції спирається на залучення до інтернету все більшої кількості користувачів, що зумовлює активний розвиток і електронної торгівлі як елемента електронної комерції. Отже, спостерігається щорічний ріст міжнародного ринку електронної торгівлі. Так, згідно з даними The Statistical Portal, за період 2014–2019 рр. обсяг світової електронної торгівлі зріс у більш ніж 2,6 рази. Частка електронної торгівлі за період 2014–2019 рр. зросла удвічі та становить у 2019 р. 11,4% від загальних обсягів торгівлі [11].

Досить часто нормативно-правове регулювання не відповідає стрімким та швидким змінам розвитку технологій, що зумовлює низку суперечностей. Саме тому наступною проблемою, на яку варто звернути увагу, є відсутність правил укладення електронних правочинів із системою запобіжників юридичного характеру, зокрема й отримання доказів укладення правочину (чеки), розрахунку за спожиті товари чи послуги. Поява такої проблеми зумовлена специфікою електронної торгівлі, що є складовою частиною електронної комерції, а саме відсутністю письмової форми договору, що підтверджує факт купівлі-продажу товару, а здебільшого і відсутністю інформації про юридичну (фізичну) особу, яка надає послуги. Ця проблема ускладнена тим, що, згідно із ч. 3 ст. 13 Закону України № 675–VIII, інтернет-магазин повинен видавати документ, який підтверджує факт отримання коштів. Це може бути квитанція, POS-чек, інші документи. Однак ці документи не вважаються розрахунковими, вони лише підтверджують факт платежу, але не доводять факт передачі товару або послуги покупцеві. Лише фіскальний чек доводить факт передачі товару або послуги в місці проведення розрахунків покупцеві [12]. На нашу думку, відповідним вирішенням проблеми є саме обов'язкове застосування реєстраторів розрахункових операцій (далі – РРО) у сфері інтернет-торгівлі. Це забезпечить споживачеві можливість ідентифікації продавця для подальшого захисту своїх прав у відповідних державних органах та стане потужним засобом виведення з тіні правочинів у сфері електронної комерції. Разом із класичними моделями як альтернатива можуть використовуватись програмні реєстратори розрахункових операцій (далі – ПРРО). Вони являють собою програму, яка може бути встановлена на будь-який цифровий пристрій (смартфон, планшет, комп'ютер) та перетворити його на касовий апарат. Проте варто зважати на той факт, що 10 грудня 2020 р. набрав чинності Закон України від 1 грудня 2020 р. № 1017–IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо лібералізації застосування реєстраторів розрахункових операцій платниками єдиного податку та скасування механізму компенсації покупцям (споживачам) за скаргами щодо порушення встановленого порядку проведення розрахункових операцій частини суми застосованих штрафних санкцій», яким до 1 січня 2022 р. було відтерміновано обов'язкове застосування РРО (ПРРО) для фізичних осіб – підприємців, які є платниками єдиного податку другої – четвертої груп [13]. Тому нині виконання вимог законодавства щодо використання РРО під час розрахунків поширюється не на всіх суб'єктів господарювання, що провадять діяльність у сфері електронної торгівлі. З метою гарантування безпеки у сфері інформаційних відносин електронної торгівлі в мережі інтернет, за умови відсутності чітко регламентованих правил укладання електронних правочинів, доцільно було б, на нашу думку, створити Етичний кодекс операторів інформаційних послуг (інтернет-провайдерів). Норми даного кодексу мають сприяти регулюванню та дотриманню відповідних правил у сфері наданні послуг в інтернеті, гарантування безпеки у сфері купівлі-продажу та реалізації товарів дистанційним способом. З ухваленням даного кодексу збільшаться податкові надходження до державного бюджету України від здійснення операцій електронної торгівлі через інтернет, це дозволить органам кіберполіції та державній фіскальній службі розкривати шахрайські дії в інформаційно-телекомунікаційній сфері [14].

Також варто звернути увагу на проблему фактичного недотримання принципу свободи договору (особливо щодо покупця), оскільки електронні правочини вчиняються на основі відповідних пропозицій (оферт). Дослідження сайтів найбільших суб'єктів електронної торгівлі в Україні (Rozetka, «Цитрус», «Фокстрот») свідчить про відсутність основних положень договору, які мають бути, як-от: реквізити сторони договору; технологія (порядок) укладення договору; порядок створення та накладання електронних підписів сторонами договору; можливість і порядок внесення змін до умов договору; спосіб і порядок прийняття пропозиції укласти електронний договір (акцепт); порядок обміну електронними повідомленнями й інформацією між сторонами під час виконання ними своїх зобов'язань; технічні засоби ідентифікації сторони; посилання на умови, що включаються до договору, шляхом перенаправлення (відсилання) до іншого електронного документа і порядок доступу до такого документа; спосіб зберігання та пред'явлення електронних документів, повідомлень, іншої інформації в електронній формі й умови доступу до них; умови виготовлення й отримання паперових копій електронних документів; можливість вибору мови під час укладання та виконання договору [10]. Отже, на нашу думку, доцільним є впровадження системи санкцій щодо суб'єктів господарювання за порушення прав споживачів. Відповідні положення доцільно включити до розд. III «Порядок вчинення електронних правочинів» Закону України № 675–VIII.

Важливою проблемою, яка пов'язана зі специфікою ведення електронної комерції, є неузгодженість окремих норм Закону України «Про електронну комерцію» одна з одною, а також норм вищевказаного Закону з нормами Закону України «Про захист персональних даних» і Конвенції про захист осіб у зв'язку з автоматизованою обробкою персональних даних, ратифікованою Законом України від 6 липня 2010 р. № 2438–VI. Натепер реєстрація покупця на сайті інтернет-магазину означає надання ним згоди на використання (обробку) його персональних даних. Проте використовувати персональні дані дозволяється лише в разі створення продавцем умов для їхнього захисту (ст. 14), які повинні відповідати Закону України «Про захист персональних даних» [15]. Умови для захисту персональних

даних вимагають від продавця вжиття цілої низки організаційних і технічних заходів, а саме: запровадження технічного і програмного комплексу, що виключає несанкціонований доступ до персональних даних; ведення обліку працівників, які мають доступ до таких даних; ведення обліку операцій, пов'язаних з обробкою персональних даних; розроблення плану дій на випадок несанкціонованого доступу до даних; письмове зобов'язання працівників про нерозголошення персональних даних; визначення відповідального працівника тощо. Тому врегулювання процедур/механізмів захисту персональних даних важливе.

Також потребує вирішення питання захисту прав споживачів. Це пов'язано з тим, що найбільше порушень виникають через відсутність інформації про особу продавця та його місцезнаходження. Водночас чинне законодавство не передбачає права позивача на звернення до суду стосовно, наприклад, власника доменного імені. Це питання важливе для споживача, оскільки Закон України № 675–VIII відсилає до Закону України «Про захист прав споживача» та прирівнює укладення електронного договору до «укладення договору поза торговельними або офісними приміщеннями», або «договору на відстані», тобто підкреслюється неможливість його укладення за місцем знаходження суб'єкта господарювання. Так, на більшості обстежених сайтів (Rozetka, «Цитрус», «Фокстрот») не розміщено інформацію щодо належності до тієї чи іншої юридичної особи чи фізичної особи-підприємця, тобто виникає проблема визначення місця укладення електронного договору [10].

Така ситуація зумовлена тим, що електронна комерція в інформаційному середовищі є транснаціональною та транскордонною, тому що перебуває не там, де розташовуються покупці, посередники та продавці, а там, де розташовується її торговельна інформаційна інфраструктура, а учасники електронної комерції можуть легко мігрувати з однієї юрисдикції в іншу, а тому застосована концепція «фізичної присутності» втрачає свою актуальність. Для вирішення цієї проблеми доцільним є застосування запропонованого Планом дій BEPS 2.0 Програми роботи з вирішення податкових викликів, пов'язаних із цифровою економікою, ухваленої Inclusive Framework (група із 135 країн, серед яких і Україна), «уніфікованого підходу» ("unified approach to Pillar One"), який передбачає нові правила економічної присутності ("nexus rules"). Так, економічна присутність не обмежується тільки фізичною присутністю продавця в юрисдикції, у якій мешкають споживачі його товарів або послуг, а значним чином ґрунтуватиметься на доходах, які продавець отримує від продажів у цій країні [16]. Імплементація цих положень у національне законодавство дозволить споживачам ідентифікувати особу продавця.

Однією з найбільш складних та важливих є проблема оподаткування в електронній комерції. На жаль, чинне податкове законодавство спрямоване на регулювання традиційного бізнесу і є непристосованим та неадаптованим до електронного, оскільки частина його грошових потоків не підлягає відстеженню та контролю. Не сприяє вирішенню такої проблеми і відсутність чіткого механізму оподаткування в цій сфері. Незважаючи на те, що продавцями у сфері електронної комерції можуть бути виключно суб'єкти господарювання (юридичні особи і фізичні особи – підприємці), досить часто продавцями виступають фізичні особи, які не зареєстровані як підприємці.

Водночас доходи, отримані від діяльності через інтернет, дуже часто оцінити складно, адже, як зазначалось вище, значна кількість продавців не зареєстровані як підприємці, не здійснюють постановки на податковий облік як підприємці, отже, не сплачують належним чином податки. Також не підлягають здебільшого відстеженню та контролю операції з електронними грошима, операції із продажу специфічних видів продукції (мультимедійна, телекомунікаційна, програмне забезпечення), надання спеціалізованих інформаційних та рекламних послуг тощо. Наприклад, власники вебсерверів або сайтів, які здійснюють рекламно-інформаційну діяльність, і не зареєстовані як підприємці уникають сплати податків. Тобто вони фактично функціонують поза юрисдикцією законодавства, водночас виступають як безпосередні отримувачі значних коштів від споживачів за реалізацію товарів чи послуг через інтернет-магазини, що призводить до значних втрат надходжень у державний бюджет.

Незважаючи на те, що Податковий кодекс не містить спеціальних норм, які регулюють торгівлю в інтернеті, він встановлює правові засади застосування загальної та спрощеної системи оподаткування. З огляду на те, що саме від моменту державної реєстрації фізична особа набуває дієздатності у сфері підприємницької діяльності, відповідного статусу та має право проводити господарські операції, вона повинна стати на облік до органів Державної податкової служби і сплачувати податки. Відповідно до Податкового кодексу України такі особи можуть самостійно обрати систему оподаткування [17]. Як відомо, більшість суб'єктів малого підприємництва обирають спрощену систему оподаткування. Вона дає можливість легально працювати, зменшує податкове навантаження, спрощує податковий облік та звітність. Проте суб'єкти господарювання водночас повинні дотримуватись низки вимог, а саме щодо граничного розміру річного доходу; кількості найманих працівників; виду діяльності.

Незважаючи на всі переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування, вона зараз є не досить дієвою в електронній комерції, що стимулює тінізацію відповідного сектора. Тому, на нашу думку, ефективним засобом для виходу з тіні було б упровадження додаткової групи у спрощеній системі оподаткування для суб'єктів електронної комерції, що враховувала б особливості діяльності в цій сфері і дозволяла створити передумови для поліпшення її розвитку. Варто також наголосити на важливості підтримки державою бізнесу у сфері електронної комерції під час пандемії, зміні податкового законодавства під реалії сьогодення. Н. Борейко слушно зазначає: «<…> З метою полегшення негативного впливу кризи, спричиненої пандемією, а також пошуку шляхів розширення бази оподаткування та детінізації господарської діяльності у сфері електронної комерції доцільно розглянути можливість запровадження податкових канікул, пільгового кредитування галузі, а також державної підтримки фінансування IT-індустрії (зокрема, шляхом державного замовлення на розроблення та надання цифрових послуг). Також дієвим засобом підтримки може стати запровадження податкових канікул для новостворених суб'єктів електронної комерції, що стимулюватиме створення нових робочих місць, а отже, сприятиме зменшенню кількості безробітних в Україні, надалі позитивно відобразиться на наповненні бюджету держави» [18].

З огляду на недосконаліть вітчизняного податкового законодавства у сфері електронної комерції, доцільним є вивчення міжнародного досвіду. Однією з перших країн, що звернула увагу на розроблення питань правового регулювання оподаткування електронної комерції, були США, країна, де фактично виникла електронна комерція. Верховний Суд США у своїх рішеннях відображає першу модель податкового регулювання електронної комерції. Так, державою встановлений мораторій на оподаткування суб'єктів електронної економічної господарської діяльності, що здійснюється з використанням глобальної комп'ютерної мережі Інтернет. Також компанії, що продають товари в інтернеті за каталогом, інтернет-магазини віднесені до пільгової категорії. Деякі американські пропозиції щодо уніфікації та спрощення адміністрування податків щодо електронної комерції є досить ефективними та можуть бути враховані вітчизняним законодавцем. Як-от концепція ведення

«податкового адміністрування в реальному часі» (Real Time Tax Administration) – адміністрування податку з обороту та на використання з допомогою електронних технологій, через які здійснюють оплату [19, с. 74], а також концепція захисту малого бізнесу, критика правила «фізичної присутності» суб'єктів господарювання, що зазначені у справі "South Dakota v. Wayfair Inc" [20].

Водночас провідні держави – члени Європейського Союзу мають іншу позицію в даній сфері, будують внутрішню та зовнішню податкову політику на основі концепції максимального державного регулювання електронних економічних відносин, з огляду на превалювання бюджетних і податкових інтересів економік своїх країн. Так, у рамках Європейського Союзу (далі – ЄС) проблема правового регулювання оподаткування електронної комерції в основному зосереджена на розробленні та реалізації механізмів застосування податку на додану вартість до поставок цифрової продукції. Із цією метою Рада ЄС ухвалила Директиву про застосування податку на додану вартість (далі – ПДВ) до реалізації послуг за допомогою телекомунікаційних каналів зв'язку від 7 травня 2002 р. Згадані адаптовані правила оподаткування електронної комерції дають можливість податковим органам ефективно здійснювати державний контроль у сфері електронної комерції і стимулювати суб'єктів господарювання до провадження законної економічної діяльності та вчасної сплати податків [21]. Отже, зважаючи на необхідність подальшого розвитку України шляхом євроінтеграції, на наш погляд, для неї буде ближча до реалізації концепція максимального державного регулювання електронного бізнесу, яку підтримують країни ЄС.

У висновку зазначимо, що в результаті проведення дослідження, яке стосувалось деяких проблем правового регулювання електронної комерції, можна підкреслити, зважаючи на розвиток сучасних технологій в Україні, постає необхідність розроблення більш якісного й узгодженого законодавства в цій сфері. З огляду на те, що державна політика України націлена на адаптацію національного законодавства до законодавства Європейського Союзу, потрібно враховувати позицію Організації економічного співробітництва та розвитку, Світової організації торгівлі або Комісії ООН із міжнародного торговельного законодавства, які вважають, що внутрішня податкова політика кожної з держав має підтримувати розвиток електронної торгівлі й усувати бар'єри, які існують у внутрішньому законодавстві.

**ЛІТЕРАТУРА**


1. Кісіль Р. Друга хвиля COVID-19: що з електронною комерцією і логістикою в Україні та світі. URL: https://elnews.com.ua/uk/druga-hvylya-covid-19-shho-z-elektronnoyu-komercziyeyu-i-logistykoyu-v-ukrayini-ta-sviti/ (дата звернення: 20.12.2020).
2. Chaffey D. E-business and E-commerce Management. *Strategy, Implementation and Practice*. Prentice Hall, 2009. 800 p.
3. Summer A., Dunkan Gr. E-Commerce. New York : NYH Publishing, 1999. 263 p.
4. 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.
5. Козье Д. Электронная коммерция. Москва : Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999. 288 с.
6. Мартовой А. Сущность и основные характеристики электронного бизнеса, электронной коммерции, электронного и интернет-маркетинга. *Культура народов Причерноморья.* 2004. Т. 1. № 56. С. 146–152. URL: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/36241/37-Martovoy.pdf (дата звернення: 18.12.2020).
7. Авдеев П. Философия информационной цивилизации. Москва : Владос, 1994.
8. Про електронну комерцію : Закон України від 3 вересня 2015 р. № 675–VIII. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/675-19.
9. Бородачова Н., Плескач В. Аналітичний документ. Як уряду України розбудувати державну політику у сфері е-торгівлі. URL: https://www.civicsynergy.org.ua/wpcontent/uploads/2018/04/web_Ecommerce__civic_synergy_ua_2018.pdf (дата звернення: 18.12.2020).
10. Retail e-commerce sale worldwide from 2014 to 2023 (in billion US dollars). *The Statistical Portal*. URL: https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales.
11. Програмні РРО та електронні чеки в інтернет-торгівлі. URL: https://medoc.ua/news/programn-rro-ta-elektronn-cheki-v-nternet-torgvl (дата звернення: 17.12.2020).
12. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо лібералізації застосування реєстраторів розрахункових операцій платниками єдиного податку та скасування механізму компенсації покупцям (споживачам) за скаргами щодо порушення встановленого порядку проведення розрахункових операцій частини суми застосованих штрафних санкцій : Закон України від 1 грудня 2020 р. № 1017–IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-20#Text.
13. Субіна Т. Правове регулювання податкових відносин у сфері електронної торгівлі. URL: https://www.ndifp.com/1439/ (дата звернення: 16.12.2020).
14. Про захист персональних даних : Закон України від 1 червня 2010 р. № 2297–VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Tex.t.
15. План дій BEPS 2.0: що передбачає подальша реформа міжнародного оподаткування. URL: https://mind.ua/openmind/20207189-plan-dij-beps-2-0-shcho-peredbachae-podalsha-reforma-mizhnarodnogo-opodatkuvannya (дата звернення: 20.12.2020).
16. Податковий кодекс України : Закон від 2 грудня 2010 р. № 2755–VI. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19.
17. Борейко Н., Параниця Н. Напрями підтримки суб'єктів господарювання у сфері електронної комерції в умовах економічної кризи спричиненої пандемією COVID-19. URL: https://www.ndifp.com/1487/ (дата звернення: 17.12.2020).
18. Ковальчук А. Интернет-магазины теряют налоговые льготы. *Дело.* 2010. № 70. URL: http://smi.liga.net/articles/ IT102311.html.
19. South Dakota v. Wayfair, Inc. 138 S. Ct. 2080 (2018). URL: https://www.lexisnexis.com/community/casebrief/p/casebrief-south-dakota-v-wayfair-inc (дата звернення: 25.12.2020).
20. Позняков С.П. Адміністративно-правові аспекти державного контролю і правоохоронної діяльності у сфері оподаткування електронної торгівлі. *Правова інформатика* / С.П. Позняков. С. 55–57.