

служує підґрунтям для деталізації регулювання його окремих напрямків, зокрема лікувального туризму, який водночас охоплює відносини у сфері туризму та у сфері охорони здоров'я.

На його основі вибудовується ще один підрівень – мононормативний, тобто на основі договорів про надання туристичних послуг. Водночас він не завжди слугує охороні прав самих туристів: укладається на основі конструкції договорів про приєднання і клієнт турист або погоджується на умови або ні; більшість умов виписані на користь суб'єкта господарювання і проводять їх інтерес, не чітко прописані права та обов'язки, зокрема зміст туристичної послуги. Принаймні порушення прав туристів та їх звернення за захистом прав досить поширені.

Можна солідаризуватися, що чинне наразі законодавство України у сфері туризму: перебуває у стадії його подальшого розвитку та накопичення достатніх підстав про напрямки, засоби, рівні та способи його вдосконалення; воно потребує безумовного виконання насамперед господарюючими суб'єктами; усунення прогалин та зокрема щодо визначення готельного господарства, його належності до сфери туристичних послуг та відомчого підпорядкування.

Основним при оцінці його ефективності повинне бути дотримання прав туристів при здійсненні їх права на туризм та охорони прав інших людей та членів суспільства від туристичного бедламу.

УДК 339:004 (043.2)

Шишка О. Р., к.ю.н., доцент,
Харківський національний
університет внутрішніх справ, м. Харків, Україна

УЧАСНИКИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Аксіоматично, що зростання електронної комерції чи електронного бізнесу у світі та в Україні відбувається стрімко завдяки її зручності для користувачів мереж і належного інформаційного забезпечення, політики забезпечення лояльності споживачів, дешевизни товару за рахунок незначних торгівельних надбавок. Проте в Україні досі спеціального закону нема, а його проєкт [1] застряг у Верховній Раді і має ряд недоліків системного характеру.

Він передбачає, що правовою основою регулювання відносин в сфері електронної комерції (торгівлі) є Конституція України, ЦК України, ГК України, закони України «Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про електронні документи й електронний документообіг», «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах», «Про телекомунікації», «Про електронний цифровий підпис», «Про платіжні системи та пе-

реказ коштів в Україні», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», «Про страхування», сам закон, а також інші нормативно-правові акти України, в тому числі прийняті на його виконання, а також міжнародні договори та міжнародні угоди України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України. Такий підхід є вираженням але не беззаперечним і ось чому. Не враховується роль програмного забезпечення, яке наразі є різновидом мононормативного регулювання відносин і Інтернет-мережі, можливості його легалізації, залишає можливість для підзаконного регулювання.

У ст. 3 вказаного проекту електронна комерція визначена як суспільні відносини, що виникають при укладанні та/або виконанні правочину із постачання електронних товарів та/або продажу/постачання товарів, виконання робіт, надання послуг/електронних послуг та/або здійснення інших дій, спрямованих на отримання прибутку, створення зобов'язань з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, якщо в результаті вказаних дій у учасників таких відносин виникають зобов'язання майнового характеру. На наш погляд, вона не безгрішна оскільки: 1) електронна комерція – вид комерції взагалі як виду підприємництва із реалізації товарів; 2) її правовою формою є правовідносини і зводити діяльність до правовідносин некоректно; 3) дефініція «електронний товар» зводиться тут же до майна, майнових прав, результатів робіт, інформації, інших матеріальних і нематеріальних благ, а також прав на їхнє одержання в майбутньому, *які існують в електронній формі* (виділено нами – О.Ш.) і можуть бути передані суб'єкту електронної комерції за допомогою програмно-апаратних комплексів або каналів зв'язку. Принагідно зауважимо, що існують не товари в електронній формі, а інформація про них.

З огляду на наведене, дефініцію «електронна комерція» слід викласти в редакції: «Електронна комерція – підприємницька діяльність, що врегульована актами законодавства, з приводу укладання та/або виконання правочину із постачання товарів та/або продажу/постачання товарів, виконання робіт, надання послуг/електронних послуг та/або здійснення інших дій, спрямованих на отримання прибутку, створення зобов'язань інформація про які передана з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем».

На це наштовхує і визначення дефініції «електронне повідомлення» – інформація, надана сторонами правочину через телекомунікаційні системи, яка може бути у будь-який спосіб відтворена або збережена ними в електронному вигляді. Комерційне електронне повідомлення – будь-яка форма електронного повідомлення, спрямованого на прямі чи опосередковані пропозицію та просування товарів, послуг чи іміджу компанії, організації або особи, яка займається комерційною, промисловою або професійною діяльністю.

Окрім того, у подальшому передбачено, що електронна торгівля – це один з видів діяльності в сфері електронної комерції, який передбачає реалізацію товарів, робіт, послуг, спрямованих на отримання прибутку, шляхом укладення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем. Тож наведене нами вище зауваження має достатні підстави.

Учасниками електронної комерції визнано інтернет-магазин – сайт (платформа) в мережі Інтернет, через який відбувається представлення товару та/або відбувається його реалізація, на визначених учасниками електронної комерції умовах. Стосовно нього теж можуть бути висловлені зауваження, оскільки зводити сайт (інформаційний портал) до магазину (закладу торгівлі) теж не коректно. У технічному аспекті сайт створити досить легко і він відноситься лише до комунікаційних засобів індивідуалізації його володільця. Для того, щоб бути суб'єктом підприємництва слід зареєструватися відповідно до Закону України «Про реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців». За правила силогізму не можна ставити знак рівності між самим учасником правовідносин, особливо якщо ним є майновий комплекс, та його засобом індивідуалізації. Тож Інтернет-магазин – суб'єкт господарювання, який представляє та рекламує свій товар, вчиняє правочини з його реалізації, підтримує зв'язок із споживачами через сайт(платформу) в мережі Інтернет. Таке визначення, на наш погляд, краще відображає правову природу такого учасника електронних торгів.

До речі за таким підходом визначено організатора електронних торгів (конкурсів, аукціонів) – суб'єкт підприємницької діяльності, що організує електронний торгівельний майданчик, який дозволяє інтерактивно здійснювати торги, конкурси, аукціони, знаходити покупців або продавців й інші форми взаємодії суб'єктів електронної торгівлі.

Тож учасниками електронної комерції визнані будь-які особи, які передбачені ЦК та ГК України як суб'єкти господарювання, незалежно від форми здійснення ними підприємницької діяльності, так і фізичні особи, що пропонують до продажу товари, роботи, послуги без ознак підприємницької діяльності, а також споживачі та інші особи, що вчиняють електронний правочин в комерції. Запропонований нами підхід є виправданим фактично та юридично. Принаймні, за сайтом не можна визнати ні правоздатності ні дієздатності.

Література

1. Про електронну комерцію: Проект Закону зареєстрований за № 2306а від 17 червня 2013 у Верховній Раді України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://apitu.org.ua/node/6543>