

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»

Кафедра цивільного права

ІТ-ПРАВО ТА КІБЕРБЕЗПЕКА В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

**МАТЕРІАЛИ
Всеукраїнського круглого столу**

Одеса,
12 квітня 2025 року

Одеса
Фенікс
2025

УДК 342.95 : 343.32 (477): 351.863
I-52

За загальною редакцією

доктора юридичних наук, професора **Є. Харитонova**,
кандидатки юридичних наук, доцентки **Ю. Кривенко**.

Упорядники-укладачі:

Кривенко Юлія – к.ю.н., доцентка кафедри цивільного права Національного університету «Одеська юридична академія», доцентка;

Лешкова Єлизавета – лаборантка кафедри цивільного права Національного університету «Одеська юридична академія».

ІТ-право та кібербезпека в умовах гібридної війни :
I-52 матеріали Всеукр. круглого столу (м. Одеса, 12 квіт. 2025 р.) / за заг. ред.: Є. О. Харитонova, Ю. Кривенко ; кафедра цив. права НУ «Одес. юрид. академія». – Одеса : Фенікс, 2025. – 138 с. – Режим доступу:

ISBN 978-617-8430-57-3

Збірник містить матеріали доповідей з теоретичних, історичних і методологічних проблем ІТ-права та кібербезпеки, які були оприлюднені на Всеукраїнському круглому столі «ІТ-право та кібербезпека в умовах гібридної війни» 12 квітня 2025 у Національному університеті «Одеська юридична академія».

Збірник спрямований на ознайомлення громадськості з дослідженнями науковців у сфері ІТ-права та кібербезпеки і може бути корисний як у навчальному процесі, так і в практичній діяльності.

УДК 342.95 : 343.32 (477): 351.863

*Матеріали видано в авторській редакції.
Повну відповідальність за достовірність та якість поданого матеріалу несуть
учасники конференції, їхні наукові керівники, рецензенти,
які рекомендували ці матеріали до друку.*

ISBN 978-617-8430-57-3

© Колектив авторів, 2025

© НУ «Одеська юридична академія»,
2025

Голубєва Неллі Юріївна,

докторка юридичних наук, професорка, зав. кафедри цивільного, нотаріального та виконавчого процесу Національного університету «Одеська юридична академія», Заслужений юрист України, адвокат

РОЗВИТОК CROSS BORDER E-COMMERCE В УКРАЇНІ

За останні роки електронна комерція стала одним із найдинамічніших секторів економіки України. Згідно з аналітичними даними, у 2024 році українці придбали товарів та послуг на суму 239 млрд гривень засобами e-commerce, що на 25% більше, ніж у 2023 році [1].

Cross Border E-commerce (трансгранична електронна комерція) – це здійснення онлайн-торгівлі товарами чи послугами між продавцями та покупцями, що знаходяться у різних країнах. Для України це означає не тільки можливість купувати за кордоном пересічним українцям, а й можливість українським підприємцям та компаніям виходити на міжнародні ринки без необхідності фізичної присутності за кордоном.

Українці стають більш відкритими до онлайн-покупок, у тому числі на закордонних платформах, та купують мільйони товарів на міжнародних торговельних майданчиках AliExpress, eBay, Amazon, Temu. В Україні гранична межа неоподатковуваних товарів у міжнародних поштових відправленнях – 150 євро, попри ініціативи деяких імпортерів, які виступають за пониження цього порогу. Якщо сумарна фактурна вартість товарів перевищує еквівалент 150 євро, але не перевищує еквівалент 10000 євро, то такі товари оподатковуються ввізним митом за ставкою 10% (ст. 374 Митного кодексу України) та податком на додану вартість за ставкою 20% (ст. 193 Податкового кодексу України). Базою оподаткування для таких товарів є частина їх сумарної фактурної вартості, що перевищує еквівалент 150 євро [2]. Покупки в інтернет-магазині за статистикою не часто перевищують ці ліміти, тому, здійснюючи транскордонні онлайн-покупки, покупець платить тільки за товар та його доставку.

Особливо Cross Border Ecommerce важливий для B2B2C (від англ. business-to-business-to-consumer – бізнес-бізнес-споживач) –

модель бізнесу, яка поєднує B2B (бізнес для бізнесу) і B2C (бізнес для споживача), в якій продаж відбувається між двома компаніями, але з урахуванням запитів кінцевого споживача чи компанія (виробник або постачальник) співпрацює з іншою компанією (посередником або партнером) для доставки своїх продуктів або послуг кінцевому споживачеві.

B2B2C є трирівневою структурою, в якій ключовою фігурою виступає посередник, що працює забезпечує логістичний зв'язок між виробником та споживачем [3]. Наприклад, маркетплейс співпрацює з продавцями (B2B), які розміщують свої товари на платформі, а кінцеві споживачі купують ці товари через маркетплейс (B2C).

Ринок транскордонного B2B2C e-commerce активно зростає з 2020 року. Основними факторами розвитку даного сегменту є глобалізація, розвиток цифрових технологій, збільшення довіри споживачів до міжнародних покупок та покращення логістичних ланцюгів. B2B2C модель дозволяє компаніям інтегрувати продажі через платформи для кінцевих споживачів, пропонуючи більший вибір товарів і послуг на міжнародному рівні. Головними перевагами для продавців на cross-border є: 1) доступ до нових закордонних ринків; 2) посилення впізнаваності власного бренду на міжнародній арені та набуття репутації; 3) збільшення можливостей для продажу (більший доступ до нових споживчих ринків). Особливо цінними міжнародні електронні платформи є для малого та середнього бізнесу в епоху панування транснаціональних корпорацій. Завдяки B2B2C платформам вони отримують нові можливості виходу на міжнародні ринки без необхідності великих інвестицій у фізичну присутність на ринку кожної з країн. Основними факторами впливу на ринок в майбутньому є технологічний прогрес, що найбільше відобразатиметься в поширенні штучного інтелекту, який вивчатиме персоналізований досвід покупок та надаватиме кращі пропозиції продуктів. Також вплив матиме поширення повної реальності, що може дозволити людям бачити продукти в реальному житті онлайн [4].

Перевагами трансграничної електронної комерції для українських компаній є: по-перше, можливість виходу на нові ринки, а саме, відкриває доступ до мільйонів споживачів у Європі, США, Азії та інших регіонах; по-друге, гнучкість та низький поріг входу – достатньо зареєструватися на міжнародному маркетплейсі (Amazon, eBay, Etsy) та організувати логістику; по-третє, підвищення конкурентоспроможності, оскільки українські виробники отримують можливість конкурувати на рівних з міжнародними брендами.

Наприклад, на американському маркетплейсі Etsy (майданчик продажу товарів ручної роботи з усього світу) за даними Statista, у червні 2020 року українські продавці посідали дев'яте місце серед усіх країн на Etsy. На початок 2025 року, за даними Forbes, понад 20 тисяч українських підприємців використовують Amazon для продажу своїх товарів. На платформі Etsy, яка має понад 92 мільйони активних покупців та 7,5 мільйона продавців зі всього світу, має понад 50 тисяч українських магазинів, а на eBay, третій за популярністю платформі серед українських продавців, працюють понад 10 тисяч підприємців з України [5].

Щоб продавати послуги на іноземних сайтах, продавець має бути зареєстрований як суб'єкт підприємницької діяльності, у випадку, якщо це систематичний продаж, тобто 2 (на думку українських податківців), чи 3 та більше разів на рік (за актуальною судовою практикою).

Звернемо увагу на проект E-Export School від Укрпошти, який вже багато років проводить вебінари для підтримки малого й середнього бізнесу та вчить слухачів як ефективно експортувати товари з України та генерувати продажі на найпопулярніших світових маркетплейсах, в тому числі випускає відповідний довідник, в якому роз'яснено, наприклад, як організувати e-Export-бізнес для фізичної особи-підприємця, вибрати систему оподаткування, підібрати види економічної діяльності, як оформити відправлення вартістю до 150 та більше 150 євро від відправника ФОП чи юридичної особи, як акредитуватися на митниці, оформити вантажну митну деклара-

цію, отримати кошти на рахунок підприємця, документально оформити отримання коштів з-за кордону, правила використання рахунків для отримання виручки за e-Export, як отримати SWIFT переказ за інвойсом чи переказ за допомогою платіжних сервісів, як відбувається контроль та фінансовий моніторинг операцій з e-Export. Важливо також пам'ятати, що згідно з вимогами Закону України «Про валюту та валютні операції», кошти на рахунку в іноземній валюті можуть бути використані підприємцем лише для конвертації в національну валюту і подальшого зняття коштів у гривнях або для переказу за кордон для виконання імпортової операції [6].

Попри позитивні тенденції, розвиток Cross Border Ecommerce в Україні стикається з низкою проблем, в тому числі із недостатньою логістичною інфраструктурою, воєнними діями, побоюваннями щодо шахрайства при оплаті, недостатньою обізнаністю про процедури у різних країнах.

При формуванні підприємцями бізнес-стратегій, можна порадити їм звернути увагу на Азійсько-Тихоокеанський регіон, який демонструє найвищі показники розвитку електронної комерції, в тому числі cross-border. Населення цих країн активно використовує онлайн-магазини, а додатковими факторами розвитку виступають поширення цифрових платежів, економічний розвиток регіонів, збільшення доступу до інтернету та загальна популяризація електронної торгівлі. В Європі основними ринками e-commerce є Німеччина, Франція та Великобританія, що пов'язано з найбільшою чисельністю населення та платоспроможністю. Китай є основним постачальником на ринок Європи. На другому місці США. Країни Європи на ринку cross-border B2B2C e-commerce переважно торгують між собою, особливо країни-сусіди. На європейському ринку дуже розвинена модель B2C [7].

Cross Border Ecommerce – це потужний драйвер розвитку української економіки, який відкриває нові можливості для бізнесу та сприяє інтеграції України у світову цифрову економіку. Подолання існуючих викликів дозволить українським компаніям ефективніше конкурувати на глобальному ринку та забезпечить сталий розвиток електронної комерції в країні.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Місюкевич В. Основні тенденції розвитку інтернет-торгівлі в Україні: матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції ПДАУ, 15 лютого 2022 року. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/11932/3/конференція%20ПДАУ%202022%20Місюкевич.pdf>
2. Наказ Міністерства фінансів України від 02.12.2024 № 615 «Про внесення змін до форми рішення про визначення вартості товарів, що переміщуються (пересилаються) громадянами через митний кордон України, для цілей нарахування митних платежів»
3. Що таке B2B2C і чому ця модель ведення бізнесу так добре підходить FinTech. URL: <https://psm7.com/uk/analytics/chto-takoe-b2b2c-i-pochemu-eta-model-vedeniya-biznesa-tak-xorosho-podxodit-fintech.html>
4. Аналіз ринку cross-border B2B2C e-commerce. 2024 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-cross-border-v2v2s-e-commerce-2024-god>
5. Тренди українського e-commerce на 2025 год. URL: <https://elit-web.ua/blog/trendy-ukrainskogo-e-commerce-na-2025-god>
6. Як розпочати бізнес з України: юридичні, податкові та митні аспекти. Покроковий довідник з рекомендаціями, 2024. URL: <https://e-export.ukrposhta.ua/wp-content/themes/custom/assets/pdf/exporter-handbook-2024.pdf>
7. Аналіз ринку cross-border B2B2C e-commerce. 2024 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-cross-border-v2v2s-e-commerce-2024-god>

Давидова Ірина Віталівна,

докторка юридичних наук, професорка, професорка кафедри цивільного права Національного університету «Одеська юридична академія»

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ УКЛАДАННЯ СМАРТ-КОНТРАКТІВ

Сучасні технології стрімко змінюють механізми укладення та виконання договорів. Однією з таких інновацій є смарт-контракти, тобто самовиконувані цифрові угоди, які функціонують на основі блокчейн-технологій. Інтеграція штучного інтелекту в процес розробки, аналізу й автоматизації смарт-контрактів відкриває нові горизонти для підвищення ефективності, надійності та безпеки цифрових трансакцій.

Зміст

ПЕРЕДМОВА	4
Харитонов Євген Олегович ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ВІЙНІ: ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ	6
Булеца Сібілла Богданівна ЦИФРОВІ АВАТАРИ: ОБ'ЄКТИ ЧИ СУБ'ЄКТИ ПРИВАТНОГО ПРАВА	10
Голубєва Неллі Юрійвна РОЗВИТОК CROSS BORDER E-COMMERCE В УКРАЇНІ	16
Давидова Ірина Віталівна ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ УКЛАДАННЯ СМАРТ-КОНТРАКТІВ	20
Менджул Марія Василівна ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАВА НА ОСВІТУ ДІТЕЙ В УМОВАХ ВІЙНИ	24
Самойленко Георгій Валерійович ДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ПРАВОВОЇ ПРИРОДИ СТАРТАПУ	27
Сафончик Оксана Іванівна ДЕЯКІ ПИТАННЯ ШЛЯХІВ ПРАВОВІДНОСИН В ЦИФРОВУ ДОБУ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ	31
Харитонova Олена Іванівна БАГАТОАСПЕКТНІСТЬ РОЗУМІННЯ «ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ»	35
Берназ-Лукавецька Олена Михайлівна ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ІТ КОМПАНІЙ	40
Василевська Надія Станіславівна ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	43
Галупова Лариса Ігорівна КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ РЕЗУЛЬТАТІВ ТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, СТВОРЕНИХ ЗА ДОПОМОГОЮ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ	47
Калітенко Оксана Михайлівна ІНФОРМАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ, ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС У ГІБРИДНИХ КОНФЛІКТАХ	52
Кривенко Юлія Василівна ДО ПИТАННЯ СПАДКУВАННЯ ЦИФРОВОЇ РЕЧІ	55
Маковій Віктор Петрович ПРАВОВИЙ СТАТУС СТАРТАПУ ЯК СУБ'ЄКТА ІТ-ВІДНОСИН	59
Омельчук Олександр Сергійович ПОТЕНЦІАЛ ТА ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ДЕЙТИНГ-ПЛАТФОРМАХ	64