



Інна Таптунова
Маріанна Казацька

НА ШЛЯХУ ДО

ЄДИНОГО ЦИФРОВОГО

РИНКУ ЄС:

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

© 2021, ГО «Український центр європейської політики»

Рецензія:

Дмитро Науменко

старший аналітик ГО «Український центр європейської політики»

Дослідження політики в контексті імплементації
Додатку XVII-3 Угоди про асоціацію

НА ШЛЯХУ ДО ЄДИНОГО ЦИФРОВОГО РИНКУ ЄС: ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

Інна Таптунова

адвокат АО «КМ Партнери»

Маріанна Казацька

кандидат юридичних наук,
адвокат АО «КМ Партнери»

Літературна корекція: Катерина Потапенко

Дизайн та верстка: Олександр Іванов

Матеріал підготовлено за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного Фонду Відродження в межах грантового компоненту проекту EU4USociety.

Матеріал відображає позицію авторів і не обов'язково відображає позицію Міжнародного фонду Відродження та Європейського Союзу.



ЗМІСТ



4 ВСТУПНЕ СЛОВО

7 ПЕРЕДУМОВИ

9 ОГЛЯД ПОТОЧНОЇ ПОЛІТИКИ ТА
ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

11 НАПРЯМИ ПОДАЛЬШОГО НАБЛИЖЕННЯ
НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА
УКРАЇНИ ДО ПРАВА ЄС В СФЕРІ
ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

19 ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

ВСТУПНЕ СЛОВО



За останні декілька років відбувся суттєвий прогрес у сфері цифровізації та новітніх технологій. Розвиток цифрових технологій стосується багатьох сфер сучасного життя, від освіти та робочих місць до системи соціального забезпечення та впливу на систему державного управління. Цифрові інструменти забезпечують прозорість влади та ефективніше електронне урядування, сприяють економічному зростанню, виробництву та експорту, через підвищення продуктивності існуючих індустрій, та створення принципово нових сфер цифрової економіки з підвищеною доданою вартістю. Також цифровізація веде до спрощення умов для розвитку бізнесу, залучення інвестицій, та надає ширші можливості для задоволення інтересів та захисту прав споживачів.

Саме тому цифровізація розглядається як важливий елемент сталого розвитку економіки та суспільства, а такі технології як інтернет речей (IoT), хмарні технології, електронна ідентифікація (eID) та штучний інтелект (AI) можуть сприяти досягненню Глобальних Цілей Сталого Розвитку Організації Об'єднаних Націй до 2030 року.

Технологічні зміни відбуваються швидко. Це вимагає якісного та своєчасного реагування, у тому числі і в питаннях адаптації законодавчого та регуляторного полів. Європейський Союз та інші розвинені країни не тільки декларують підтримку розвитку цифрового простору, але й роблять практичні кроки в цьому напрямі.

Підхід ЄС до цифрової трансформації означає розширення можливостей та залучення до неї кожного громадянина, посилення потенціалу кожного бізнесу та вирішення глобальних викликів, і передбачений рамковими та стратегічними документами, такими як: Стратегія Єдиного цифрового

ринку (Digital Single Market Strategy for Europe)¹, Підключення до Європейського Гігабітного суспільства (Connectivity for a European Gigabit Society)², нещодавно розробленої стратегії Цифрова Європа 2025 (Digital Europe 2025) та Програми розвитку загальноєвропейських стандартів у сфері телекомунікацій та цифрових технологій тощо³.

Стратегія Єдиного цифрового ринку ЄС була запропонована Європейською Комісією у 2015 році з метою досягнення синергії між країнами ЄС у царині новітніх технологій, транскордонної торгівлі та надання послуг в межах Єдиного цифрового ринку (далі - ЄЦР). Стратегія спрямована на те, щоб економіка, промисловість та суспільство Європи в повній мірі скористалися перевагами нової цифрової ери. ЄС активно створює вільний та безпечний ЄЦР, де люди можуть безпечно спілкуватись, здійснювати покупки в інтернеті без кордонів, а підприємства можуть продавати свої товари/послуги через інструменти електронної комерції по всьому ЄС⁴. Тобто, ЄЦР⁵ пропонує розширені можливості для: користувачів, малого та середнього бізнесу, інноваційних стартапів, креативного сектору, наукового та безпекозміцнюючого співробітництва у додаток до модернізації вже існуючих індустрій.

1) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%253A52015DC0192>

2) <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/connectivity-european-gigabit-society>

3) <https://www.digitaleurope.org/policies/strongerdigitaleurope/>

4) <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/digital-single-market/>

5) За оцінками, цифровізація виробництва до 2025 року принесе ЄС 1,25 трлн. євро.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52015DC0192>

<https://www.consilium.europa.eu/en/policies/digital-single-market/>

Головна мета Єдиного цифрового ринку ЄС – усунення зайвих регуляторних бар'єрів і перехід від окремих національних ринків до єдиного, із загальноєвропейськими уніфікованими правилами у трьох секторах Телекомунікації, Довірчі Послуги, та Електронна Комерція.

Надважливим складником у розбудові Єдиного цифрового ринку ЄС є:

- Розбудова телекомунікаційної інфраструктури, яка є основою розвитку цифрового ринку та цифрової економіки включно з впровадженням технологій наступного покоління (розгортання мереж 5G, які покликані забезпечити доступ до ультрашвидкісного інтернету не тільки на рівні громадян, але і цілих міст, секторів економіки, та індустрій важливих для сталого розвитку (як-то: енергетика, екологія, охорона здоров'я, інклюзивність, транспорт, смарт-міста, контроль якості води⁶);
- Впровадження та поширення довірчих послуг та інструментів віддаленої ідентифікації (eID), юридично значимого обміну контрактами та іншими документами;
- Створення передумов для розвитку систем транскордонної електронної комерції та захист прав споживачів електронної комерції по всій Європі.

Формування ЄЦР було невід'ємною складовою частиною Цифрового порядку денного для Європи 2020, який був прийнятий з метою забезпечення сталих економічних та соціальних переваг на основі швидкісного та надшвидкісного інтернет-зв'язку та додатків, що мають багатоцільове призначення. Ці компоненти є ключовими і для концепції створення «Гігабітного суспільства» до 2025 року та «Цифрової Європи 2025».

Останні передбачають гігабітний зв'язок для всіх основних соціально-економічних об'єктів, таких як школи, транспортні вузли, постачальники державних послуг та підприємства, які інтенсивно використовують цифрові технології, розгортання безперебійного 5G покриття для всіх міст та головних наземних транспортних шляхів, розширення можливостей безкоштовного доступу громадян до WI-FI, подальший розвиток конкуренції і захист прав суб'єктів цифрового ринку, в тому числі і на основі нового Європейського Кодексу електронних комунікацій, прийнятого ЄС в грудні 2018 року.

Стратегія Єдиного цифрового ринку ЄС була також продовжена звітом «Формування цифрового майбутнього Європи» (Communication 'Shaping Europe's Digital Future')⁷ (2020 року). ЄС поставив за мету стати глобальним зразком для наслідування світової цифрової економіки, а також підтримати країни, що йдуть шляхом відповідального та сталого розвитку. Розвиток та впровадження загальноєвропейських стандартів та координація зусиль між державами-членами ЄС, їх регіонами, суспільством та приватним сектором є ключем до досягнення мети сталого розвитку, цифрового та технологічного лідерства ЄС. Цей план, серед іншого, передбачає можливості для розвитку в країнах сусідах.

Отже, варто зазначити, що ЄС проводить комплексну політику у сфері цифрової економіки та цифрової трансформації, створюючи цілу екосистему. Тому, для України важливо та необхідно формувати координовані з ЄС політики, беручи до уваги стратегічні документи, акти ЄС та задекларовані цілі в комплексі, а не у відриві один від одного. Адже розглядаючи та реалізуючи політики вибірково, на основі набору фрагментованих систем, неможливо забезпечити кумулятивний ефект збільшення якості та кількості при зменшенні витрат. Важливим елементом цієї комплексної політики є встановлення чітких показників, яких планується досягти (KPI), і систем моніторингу їх досягнення та/чи відхилення від запланованого.

6) <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/towards-5g>

7) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:52020DC0067>

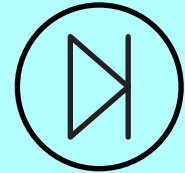
Такий підхід, зокрема, дозволяє відповідальне коригування політик, визначення впродовж виконання сфер/показників, які потребують додаткової уваги/інвестицій/фінансування, а також допомагає вирішувати новітні виклики (наприклад, COVID-19). Підкреслимо, що важливими є саме незалежні інструменти моніторингу реалізації програм цифрової трансформації та конкурентоспроможності економіки, наприклад Індекс Цифрової Економіки та Суспільства (DESI)⁸, що дозволяє інвесторам та міжнародним партнерам відстежувати прогрес кожної держави-члена ЄС у розбудові цифрової економіки та суспільства.

Україна, як одна з найбільших сусідніх країн ЄС, може бути важливим партнером, який сприяє зростанню європейського цифрового ринку.

Більше того, Україна чітко заявляє про свій намір інтегруватися до ЄЦР ЄС і визначає цей намір одним із ключових пріоритетів і завдань, у тому числі і шляхом імплементації Угоди про асоціацію включно з Додатком XVII-3, який містить положення щодо узгодження в сфері телекомунікацій, частотного нагляду, довірчих послуг, електронної комерції, IT-послуг, аудіовізуальних засобів масової інформації, авторського права та суміжних прав та захисту персональних даних. З огляду на зазначене, важливим є аналіз стану виконання Україною зобов'язань за Додатком XVII-3 та визначення основних шляхів і заходів, яких необхідно вжити для забезпечення розвитку цифрової економіки в Україні та приєднання до ЄЦР ЄС.

8) <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-economy-and-society-index-desi>

ПЕРЕДУМОВИ



Протягом останніх років електронна комерція швидко розвивається у всьому світі, забезпечуючи при цьому безпрецедентні засоби і можливості для розвитку торгівлі та економіки країн у цілому.

Потреба в нагальних змінах законодавчого регулювання сфери електронної комерції обумовлена швидкими темпами її розвитку та зростанням частки економіки, що переходить в онлайн-площину, у тому числі з огляду на світову пандемію та збільшення обсягів товарів/послуг, що купуються дистанційно.

Такі зміни мають бути здійснені з урахуванням наміру України щодо приєднання до ЄЦР ЄС та сприяння розвитку електронної комерції, насамперед за рахунок усунення транскордонних бар'єрів, а також покращення умов на внутрішньому ринку.

На сьогодні ЄС є одним із найбільших ринків електронної комерції у світі. А тому здійснення кроків щодо інтеграції до європейського ринку матиме позитивний ефект як для національного бізнесу, так і для споживачів.

Максимальне регуляторне наближення в сфері електронної комерції до гармонізованих правил ЄС призведе до зменшення перешкод та обмежень у двосторонній торгівлі між Україною та ЄС. Як результат, бізнес отримає кращий доступ на європейський ринок, що в поєднанні із посиленням захисту прав споживачів та підвищенням прозорості в сфері електронної комерції призведе до зростання обсягів

електронної торгівлі та матиме позитивний ефект для економіки країни.

На виконання взятого відповідно до Додатку XVII-3 Угоди про асоціацію зобов'язання щодо імплементації положень Директиви №2000/31/ЄС в Україні був прийнятий Закон «Про електронну комерцію», а також внесено зміни до інших законодавчих актів у сфері електронної комерції.

Однак, незважаючи на те, що Директива № 2000/31/ЄС залишається ключовим актом ЄС щодо регулювання в сфері електронної комерції, багато чого змінилося з моменту її прийняття 20 років тому.

Відповідно до ухвалені Стратегії розвитку цифрового ринку в ЄС⁹ були здійснені додаткові кроки щодо гармонізації положень європейського законодавства для подальшого розвитку електронної комерції, а саме:

- переглянутий порядок здійснення електронних платежів (Директива №2015/2366/ЄС¹⁰, Положення № 2015/751/ЄС¹¹)
- введені нові правила для припинення невинновданого геоблокування (Положення № 2018/302/ЄС¹²)
- запроваджені нові правила щодо послуг транскордонної доставки посилок (Положення № 2018/644/ЄС¹³)

9) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52015DC0192>

10) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32015L2366>

11) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32015R0751>

12) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32018R0302>

13) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32018R0644>

- переглянуті правила захисту споживачів у сфері електронної комерції (Директивою № 2019/2161/ЄС внесені зміни до Директиви № 98/6/ЄС, Директиви № 2005/29/ЄС, Директиви №2011/83/ЄС¹⁴);
- прийнята Директива щодо контрактів на поставку цифрового вмісту та цифрових послуг (Директива № 2019/770/ЄС¹⁵);
- прийняті нові правила щодо ПДВ для онлайн-продажу товарів та послуг, а також спрощені процедури розмитнення та оподаткування (e-commerce VAT package¹⁶).

Жодна із вказаних Директив, окрім Директиви № 2000/31/ЄС, наразі не імплементована в національне законодавство України у повному обсязі.

Водночас інтеграція до ЄЦР ЄС передбачає подолання бар'єрів для транскордонної електронної комерції з країнами ЄС та забезпечення відповідності національного законодавства праву ЄС з питань, які не охоплені Директивою № 2000/31/ЄС, але які безпосередньо стосуються сфери електронної комерції, а саме: щодо захисту прав споживачів під час укладання дистанційних контрактів, ефективного вирішення споживчих спорів, порядку укладення контрактів на поставку цифрового вмісту та цифрових послуг, діяльності торговельних онлайн-майданчиків та інших суб'єктів сфери електронної комерції тощо.

14) <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/2161/oj>

15) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32019L0770>

16) https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/vat/modernising-vat-cross-border-ecommerce_en

ОГЛЯД ПОТОЧНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ



Додаток XVII-3 до Угоди про асоціацію передбачає зобов'язання України щодо наближення національного законодавства до права ЄС у сфері електронної комерції, зокрема імплементації положень Директиви № 2000/31/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 8 червня 2000 року про деякі правові аспекти послуг інформаційного суспільства, зокрема, електронної торгівлі на Внутрішньому ринку (надалі - Директива № 2000/31/ЄС¹⁷).

Директива № 2000/31/ЄС охоплює всі види послуг інформаційного суспільства, як бізнес для бізнесу, так і бізнес для споживача, тобто будь-яку послугу зазвичай надану за винагороду на відстані електронним шляхом та за індивідуальною вимогою одержувача послуги.

Станом на сьогодні Україна виконала свої зобов'язання щодо імплементації положень Директиви № 2000/31/ЄС у національне законодавство. Зокрема, у 2015 році був прийнятий Закон «Про електронну комерцію», в якому у відповідності до положень Директиви:

- надано визначення інформаційних електронних послуг;
- закріплено основні принципи правового регулювання у сфері електронної комерції;
- визначено правовий статус продавця (виконавця, постачальника) та покупця товарів (робіт, послуг) в сфері електронної комерції, правовий статус постачальника послуг проміжного характеру;

- закріплено порядок вчинення електронних правочинів, у тому числі положення щодо поширення комерційних електронних повідомлень;
- передбачено основні положення захисту персональних даних та відповідальність учасників відносин у сфері електронної комерції.

Також внесено відповідні зміни, що безпосередньо стосуються електронної комерції, до ЗУ «Про електронний цифровий підпис», «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про захист прав споживачів», «Про захист персональних даних», «Про рекламу» та ін.

Однак залишаються неврегульованими та негармонізованими із нормами права ЄС питання, що стосуються захисту прав споживачів, укладення контрактів на поставку цифрового вмісту і цифрових послуг, розрахунків у сфері електронної торгівлі тощо.

Переважна частина ринку електронної комерції в Україні знаходиться в тіні, внаслідок чого цей сегмент є недосяжним для органів державного контролю та нагляду. У великій кількості присутня продукція невідомого походження (контрабанда) без підтвердження її безпечності та якісних характеристик.

Однією з головних проблем при цьому залишається відсутність єдиного органу, що відповідає за формування і реалізацію цілісної державної політики в сфері електронної комерції.

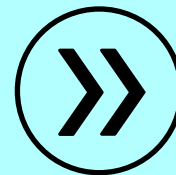
17) https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_224#Text

Повноваження регулювання даної сфери розділені одразу між декількома органами державної влади, що призводить до розпорошеності регуляторних дій та відсутності системного підходу до нормативно-правового регулювання електронної комерції.

Незважаючи на оновлення Дорожньої карти інтеграції України до Єдиного цифрового ринку ЄС, аналогічний стратегічний документ із конкретним планом дій щодо створення гармонізованих систем електронної торгівлі та електронної логістики з країнами ЄС наразі відсутній.

Ігнорування вищевказаних проблем фактично призведе до відставання сфери електронної комерції в Україні та неможливості її розширення, у тому числі за рахунок приєднання до ринку ЄС.

Активні процеси реформування сфери електронної комерції в ЄС вимагають від українського уряду проактивної позиції щодо вироблення всеохоплюючої, послідовної та добре скоординованої політики з урахуванням нових викликів, ризиків та можливостей розвитку цієї сфери.



НАПРЯМИ ПОДАЛЬШОГО НАБЛИЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ ДО ПРАВА ЄС В СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

З огляду на підписання Україною Угоди про асоціацію та проголошений намір щодо приєднання до ЄЦР ЄС, в Україні має застосовуватись європейська модель інституційного регулювання в сфері електронної комерції, яка передбачає чітку регламентацію всіх її аспектів, порядку здійснення діяльності всіх суб'єктів у цій сфері та систему державного і ринкового нагляду.

Нижче наведено огляд основних кроків, які мають бути здійснені у найближчий час із метою подальшої гармонізації національного законодавства України з нормами права ЄС в сфері електронної комерції:

I. Розширення переліку інформації, яка має бути надана споживачеві під час укладення онлайн-контрактів

У Законі «Про захист прав споживачів» закріплено основні права споживачів у разі укладення договору на відстані (за допомогою дистанційного зв'язку), у тому числі чіткий перелік інформації, яка має бути надана споживачеві продавцем (виконавцем), а також право споживача на розірвання договору.

Вищевказані положення у цілому відповідають Директиві № 98/6/ЄС, Директиві № 2005/29/ЄС, Директиві № 2011/83/ЄС, однак не враховують зміни, що були внесені Директивою № 2019/2161/ЄС, а саме:

- Директива № 98/6/ЄС вимагає чітко вказати відпускну ціну та ціну одиниці всіх товарів, пропонувані споживачам. Директива № 2019/2161/ЄС вносить нову

статтю в Директиву № 98/6/ЄС щодо інформації для споживачів про зниження цін. Будь-яке оголошення про зниження ціни повинно чітко вказувати попередню ціну, яку раніше застосовував торговець. Попередня ціна означає найнижчу ціну протягом періоду часу, не коротшого за 30 днів до застосування зниження ціни.

- Директива № 2005/29/ЄС надає загальний перелік інформації, яку слід розглядати як суттєву, зокрема ціну та основні характеристики товару. Директива № 2019/2161/ЄС включає додаткові вимоги до онлайн-продажів, такі як: зобов'язання для інтернет-майданчиків інформувати споживачів про основні критерії, що визначають рейтинг пропозицій, наданих у відповідь на пошуковий запит, та обов'язок інформувати чи перевіряється (і як саме) справжність відгуків споживачів.
- Директива № 2011/83/ЄС встановлює правило, за яким споживачі мають однаковий мінімальний прийнятний рівень своїх прав, незалежно від того, в якій з країн ЄС знаходиться чи заснований продавець. Споживачу, який укладає «контракт на відстані», з огляду на неможливість перевірити товар перед покупкою, надаються такі додаткові права: право на повну інформацію щодо товару до моменту покупки; право на повернення коштів протягом 14 днів після розірвання угоди; право на доставку продукції протягом 30 днів (якщо інший термін не погоджено з продавцем); право на відмову від договору покупки протягом 14-денного періоду з моменту отримання товару. Директива № 2019/2161/ЄС розширює сферу дії Директиви № 2011/83/ЄС на контракти, за якими торговець постачає або

зобов'язується надавати споживачеві цифрову послугу або цифровий вміст, а споживач надає або зобов'язується надати особисті дані. Відтепер такі угоди (операції) підпадають під дію чинного законодавства ЄС про захист прав споживачів, і споживач за ними має всі ті ж самі права (у тому числі право на відмову протягом 14 днів.).

- Крім того, Директива № 2019/2161/ЄС вимагає від торговців інформування споживачів про те, чи була персоналізована ціна на основі автоматизованого прийняття рішень.

Зміни, що були внесені Директивою №2019/2161/ЄС стосовно інформації, яка має бути надана споживачеві під час укладення онлайн-контрактів, частково відображено в проєкті закону «Про захист прав споживачів» (у новій редакції), який вже був розглянутий у першому читанні. Однак вони потребують подальшого доопрацювання та якнайшвидшого свого запровадження з огляду на те, що захист прав споживачів у сфері електронної торгівлі є одним із пріоритетних напрямів розвитку цієї сфери.

II. Встановлення додаткових вимог до контрактів, укладених на торговельних інтернет-майданчиках (online-marketplaces)

Директива № 2019/2161/ЄС передбачає додаткові вимоги до інформації щодо контрактів, укладених на торговельних інтернет-майданчиках.

Торговельні інтернет-майданчики повинні інформувати споживачів, чи є сторонній постачальник торговцем (суб'єктом господарювання) чи ні (є фізичною особою), попереджати споживача про незастосування правил захисту прав споживачів ЄС до контрактів, укладених з особами, що не є торговцями, та пояснювати, хто відповідальний за виконання контракту: сторонній постачальник або сам інтернет-майданчик.

Варто зазначити, що визначення поняття «інтернет-майданчик» або «електронний торговельний майданчик» (аналог «online marketplace») у чинному українському

законодавстві відсутнє і жодних додаткових положень щодо інформації, яка має бути надана ним споживачу, не встановлено. Однак з огляду на зростання ролі цих суб'єктів у сфері електронної комерції важливим є законодавче регулювання порядку їх діяльності із визначенням сфери їх відповідальності.

III. Розширення переліку дій, що становлять нечесну комерційну практику

Законом «Про захист прав споживачів» передбачена заборона нечесної підприємницької практики та надано перелік основних дій (діяльності), які підпадають під таку заборону, зокрема: дії, що кваліфікуються законодавством як прояв недобросовісної конкуренції; та будь-яка діяльність (дії або бездіяльність), що вводить споживача в оману або є агресивною.

Перелік видів діяльності, які підпадають під заборону як нечесна підприємницька практика відповідно до ЗУ «Про захист прав споживачів», у цілому відповідає положенням Директиви № 2005/29/ЄС (статті 5-9), однак без урахування змін до неї, внесених Директивою № 2019/2161/ЄС, що стосуються саме сфери електронної комерції.

Зокрема, Директива № 2019/2161/ЄС вводить правило, що стосується введення в оману споживачів під час збуту товарів як ідентичних, коли насправді їхній склад характеристик є різним (часто їх називають товарами «подвійної якості»). Прикладом цього є продаж харчових продуктів під тією ж маркою чи товарним знаком, однак із різним вмістом, складом чи якістю у різних країнах ЄС.

Директива № 2019/2161/ЄС також вказала ще кілька додаткових практик, які забороняються у будь-яких випадках («blacklist»), зокрема: публікація фальшивих відгуків споживачів, прихована реклама в результатах пошуку та перепродаж квитків, придбаних торговцем за допомогою автоматизованих «ботів».

Директивою № 2019/2161/ЄС вимагається від країн ЄС запровадження ефективних, пропорційних та стримуючих покарань для

торговців, які порушують правила щодо несправедливих умов контракту на основі набору параметрів. Країни ЄС повинні мати змогу застосовувати ефективні, пропорційні та перешкоджаючі покарання, якщо вони, у зв'язку зі скоординованими діями відповідно до Положення № 2017/2394/ЄС, виявляють основні транскордонні порушення, що стосуються споживачів у кількох країнах ЄС. Штрафи повинні становити 4% від обороту торговця, або 2 мільйони євро, якщо інформація про товарообіг торговця недоступна.

Вищевказані зміни в законодавстві ЄС щодо захисту споживачів від нечесної комерційної практики в сфері електронної комерції частково враховані в проєкті закону «Про захист прав споживачів» (у новій редакції) (Розділ IV), однак на сьогоднішній день залишається неврегульованим питання вжиття юридичних заходів (дій) щодо негайної передачі інформації споживачами про нечесну комерційну практику відповідному компетентному адміністративному органу, у випадку коли продавець знаходиться в іншій країні.

IV. Регулювання порядку укладення дистанційних контрактів на поставку цифрового вмісту та цифрових послуг

Оскільки цифровий вміст та цифрові послуги включають широкий спектр продуктів, таких як відео, музичні файли, програмне забезпечення, трансляції в прямому ефірі, програми для чату та соціальні медіа, і відтак становлять значний сегмент ринку електронної комерції, нормативно-правове регулювання укладення контрактів на їх постачання та належний захист прав споживачів є необхідною умовою розвитку цифрової економіки.

Директива № 2019/770/ЄС про деякі аспекти, що стосуються контрактів на поставку цифрового вмісту та цифрових послуг, є частиною стратегії єдиного цифрового ринку для Європи і встановлює:

- Вимоги, яким повинні відповідати цифровий вміст або цифрові послуги;
- Гарантії, які мають бути надані

постачальникам щодо оновлення цифрового вмісту або цифрової послуги;

- Відповідальність продавців у випадку будь-якої відмови у наданні цифрового вмісту або цифрової послуги; будь-якої невідповідності цифрового вмісту або цифрової послуги, яка існує на момент постачання та стає очевидною протягом мінімум двох років;
- Право споживача на розірвання договору;
- Зобов'язання продавця виконувати вимоги щодо захисту персональних даних споживачів, у тому числі після розірвання договору.

Директива № 2019/770/ЄС застосовується до будь-якого контракту, коли торговець постачає цифровий вміст або цифрові послуги споживачу, а споживач платить або зобов'язується сплатити ціну. Вона також застосовується, коли споживач не платить ціну, але надає або зобов'язується надати особисті дані торговцю, якщо надані персональні дані не обробляються лише з метою надання цифрового вмісту або цифрової послуги, або для дотримання торговцем вимог законодавства.

Українське законодавство взагалі не містить понять «цифровий вміст» або «цифрові послуги» і тому фактично порядок укладення контрактів на їх постачання, так само як і захист прав споживачів за такими контрактами, залишається поза сферою правового регулювання.

V. Заборона геоблокування та географічної дискримінації споживачів

З 3 грудня 2018 року в ЄС діє заборона невиправданого геоблокування та інших форм дискримінації на основі національності, місця реєстрації або місця проживання споживачів, встановлена Регламентом (ЄС) № 2018/302 від 28.02.2018 р.

Зазначене Положення гарантує, що національність, місце проживання або місце заснування клієнтів не можуть бути використані для відмови в доступі до інтернет-магазину (наприклад, електроніки

чи одягу) або до послуг, що надаються в інтернеті та споживаються поза мережею (наприклад, прокат автомобілів), у тому числі у випадках, коли дискримінація пов'язана із платіжними засобами.

Забороняється блокувати доступ до веб-сайтів та переадресовувати на інший сайт без попередньої згоди замовника. Навіть якщо клієнт дає згоду на перенаправлення, відвідана оригінальна версія повинна залишатися доступною. Там, де блокування, обмеження доступу або перемаршрутування виправдані законодавством ЄС або національним законодавством країни ЄС, торговці повинні надати клієнтам чітке пояснення про це.

Продавці залишаються вільними приймати будь-які засоби оплати та види карток, які хочуть. Однак їм не дозволяється здійснювати дискримінацію в рамках одного і того ж способу оплати чи торгової марки з причин, пов'язаних із:

- громадянством клієнта, місцем проживання або місцем заснування;
- місцезнаходженням платіжного рахунку;
- місцезнаходженням постачальника платіжних послуг;
- місцем випуску платіжних засобів.

В Україні немає жодного законодавчо закріпленого положення щодо заборони геоблокування чи геодискримінації. ЗУ «Про захист прав споживачів» лише у загальному вигляді в статті 17 передбачає, що за всіма споживачами однаковою мірою визнається право на задоволення їх потреб у сфері торговельного та інших видів обслуговування. Встановлення будь-яких переваг, застосування прямих або непрямих обмежень прав споживачів не допускається, крім випадків, передбачених нормативно-правовими актами.

Жодної чіткої заборони геоблокування та геодискримінаційних практик не міститься і в проекті Закону «Про захист прав споживачів».

Формально законодавство України не забороняє продавцю блокувати чи

обмежувати доступ до товарів чи послуг, а також пропонувати однакові товари чи послуги на різних умовах залежно від географічного розташування споживачів. Так само немає чітко встановленої заборони щодо відмови онлайн-продавців приймати платежі з використанням певних карток. Очевидно, що така заборона має бути встановлена в Законі «Про захист прав споживачів» на виконання принципу недискримінації споживачів за географічною ознакою – як стосовно купівлі товарів/послуг та доступу до веб-сайтів, так і при здійсненні платежів.

VI. Усунення надмірних комісій під час розрахунків

Також для стимулювання розвитку електронної комерції необхідним є усунення надмірних комісій під час розрахунків з використанням кредитних та дебетових карток.

В ЄС відповідно до Регламенту (ЄС) № 2015/751 від 29.04.2015 р. встановлено обмеження для міжбанківських комісій у розмірі 0,2% від вартості транзакції для споживчих дебетових карток та 0,3% для споживчих кредитних карток. Таким чином, європейський споживач захищений від надмірних додаткових платежів, які можуть стягуватись під час здійснення розрахунків у сфері електронної комерції.

Наразі в Україні розмір комісійної винагороди за еквайрингові послуги в 7 разів перевищує встановлений розмір ставок за таку винагороду в країнах Європейського Союзу. Ставка міжбанківського збору (інтерчейндж) для великих підприємств складає 1,7% (і більше) з кожної транзакції, здійсненої за допомогою платіжної картки, а для малих та середніх підприємств - від 2% до 3%.

Водночас задля забезпечення ефективного функціонування ринку електронної комерції в Україні необхідно заохочувати та спрощувати використання електронних платежів на користь торговців та споживачів. Однією із умов такого заохочення є встановлення граничного розміру інтерчейнджу та/або комісійної винагороди за послуги еквайрингу на рівні, прийнятому в ЄС.

Наразі з цією метою на розгляді у ВР України перебуває проєкт закону «Про внесення змін до деяких Законів України щодо комісійної винагороди під час здійснення еквайрингу № 4178 від 01.10.2020 р.

VII. Посилення ринкового нагляду у сфері електронної комерції

З огляду на ускладнення ланцюгів поставок продукції на ринок ЄС, для гарантування безпеки європейських споживачів, виникла необхідність посилення заходів ринкового нагляду у сфері електронної комерції.

Під час здійснення заходів ринкового нагляду відносно товарів, що пропонуються до продажу в мережі інтернет, відповідні наглядові органи стикалися із численними труднощами, такими як: відстеження ланцюга постачання товарів, встановлення відповідальних економічних операторів або проведення оцінок ризиків чи тестів через відсутність фізичного доступу до продуктів.

У зв'язку з цим було прийнято Регламент (ЄС) № 2019/1020 про ринковий нагляд та відповідність продукції від 20 червня 2019 р. (яким були внесені зміни до Директиви № 2004/42/ЄС та Регламентів (ЄС) № 765/2008 та № 305/2011¹⁸).

Згідно з новим Регламентом органам ринкового нагляду надано надзвичайно широкі повноваження, а їх діяльність повинна охоплювати всі стадії процесу постачання продукції, включаючи імпорт та цифрові ланцюги поставок.

Органи ринкового нагляду, окрім іншого, мають право:

- вимагати від економічних операторів надання відповідних документів, технічних специфікацій, даних або інформації про відповідність та технічні аспекти продукту, включаючи доступ до вбудованого програмного забезпечення;
- отримувати доступ у будь-яке приміщення, територію або транспортні засоби, які відповідний економічний оператор використовує для цілей, пов'язаних із торгівлею, бізнесом,

ремеслом або професією економічного оператора, з метою виявлення невідповідності та отримання доказів;

- проводити без попередження перевірки на місці та фізичні перевірки продукції;
- вимагати від економічних операторів надання відповідної інформації, необхідної для встановлення права власності на веб-сайти, коли ця інформація пов'язана з предметом розслідування;
- вимагати від економічних операторів надання відповідної інформації про ланцюг поставок, про деталі мережі дистрибуції, про кількість продукції на ринку та про інші моделі товарів, що мають ті ж технічні характеристики, що й відповідний товар;
- купувати зразки продукції, у тому числі "під прикриттям", для перевірки цих зразків та їхнього розібрання на деталі з метою виявлення невідповідності та отримання доказів;
- розпочинати розслідування за власною ініціативою з метою виявлення порушень та їх знешкодження;
- вимагати видалення інформації, що стосується товарів, пов'язаних із серйозним ризиком, з онлайн-інтерфейсу або вимагати чіткого відображення попередження про це для кінцевих користувачів, коли вони отримують доступ до онлайн-інтерфейсу; або ж якщо така вимога не була виконана, то вимагати від постачальників інформаційних послуг обмеження доступу до онлайн-інтерфейсу, в тому числі шляхом звернення до відповідної третьої сторони про здійснення таких заходів.

Відсутність аналогічної дієвої системи ринкового нагляду в сфері електронної комерції робить український внутрішній ринок більш ризикованим та небезпечним для споживачів, а також незахищеним від недобросовісного бізнесу та підприємницьких практик.

Як результат, це впливає не тільки на споживачів, а і на суб'єктів господарювання (виробників, постачальників), які

¹⁸) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex:32019R1020>

через відсутність контролю втрачають свою конкурентоспроможність поряд із недобросовісними виробниками (постачальниками).

VIII. Запровадження альтернативних способів вирішення спорів про порушення прав споживачів та онлайн-майданчиків

Директива № 2013/11/ЄС про альтернативне вирішення спорів надає європейському споживачеві, у разі виникнення проблеми із придбаним товаром (послугою) та із комунікацією з продавцем, право врегулювати спір у позасудовий спосіб, використовуючи альтернативну процедуру вирішення спорів (ADR).

Процедури альтернативного вирішення спорів забезпечуються нейтральними позасудовими органами:

- посередниками (медіаторами);
- арбітрами;
- омбудсменом;
- комісією з розгляду скарг.

Кожна держава-член зобов'язана надати перелік організацій на своїй території, які можуть бути включені до системи ADR і які відповідають обов'язковим кваліфікаційним вимогам, встановленим Директивою.

Окрім цього, згідно з Регламентом (ЄС) № 524/2013, для ринку електронної комерції Єврокомісія запустила онлайн платформу вирішення спорів (ODR).

Платформа ODR - це безкоштовний онлайн-інструмент, який дозволяє подати скаргу на товари чи послуги, які європейський споживач придбав в мережі інтернет у продавця з ЄСП.

Законом України «Про захист прав споживачів» (стаття 22) передбачено, що захист прав споживачів, у випадках, визначених законодавством, здійснюється судом. Альтернативних способів захисту чинним законодавством не передбачено. Однак з метою скорочення строків врегулювання спорів та їх розв'язання з

мінімальними фінансовими затратами для учасників, запровадження альтернативних способів вирішення спорів про порушення прав споживачів, у тому числі спеціальної онлайн-платформи, є одним із важливих кроків для розвитку електронної комерції.

Створення умов для ефективного досудового (альтернативного) врегулювання споживчих спорів є одним із важливих питань, що має бути розглянутим на державному рівні, з огляду на пріоритетність захисту прав споживачів у світовій та європейській практиці. Важливим також є забезпечення впровадження прозорих та ефективних механізмів взаємодії державних органів, органів місцевого самоврядування, громадських об'єднань споживачів, представників бізнесу у сфері здійснення захисту прав споживачів.

IX. Спрощення системи оподаткування та розмитнення товарів, які імпортуються в результаті дистанційної купівлі-продажу

Стратегія єдиного цифрового ринку для Європи передбачає також модернізацію системи справляння ПДВ для електронної комерції з метою сприяння транскордонній торгівлі, боротьбі із шахрайством та забезпечення чесної конкуренції для європейського бізнесу (так званій "VAT package").

Ряд заходів щодо такої модернізації вже набув чинності з 1 січня 2019 року – зокрема, стосовно спрощення режиму телекомунікацій, радіо- і телевізійного мовлення (ТБЕ) та послуг, які надаються електронним способом. Другий пакет заходів набере чинності в липні 2021 року і передбачає суттєві зміни європейської законодавчої бази щодо ПДВ для електронної комерції B2C: як під час дистанційного продажу у межах ЄС, так під час дистанційного продажу товарів, що імпортуються до ЄС¹⁹.

Починаючи з 1 липня 2021 р., всі поставки товарів B2C споживачам в ЄС повинні оподатковуватись у пункті призначення.

19) https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/vat/modernising-vat-cross-border-ecommerce_en

Для дистанційного продажу у межах ЄС поточне зобов'язання зареєструватися платником ПДВ при здійсненні продажу понад 35000 або 100000 євро (залежно від країни) замінюється зобов'язанням застосовувати ПДВ у країні замовника з моменту, коли транскордонний продаж B2C перевищує 10000 євро.

Звітування про ПДВ, згідно з цими новими правилами, буде спрощено завдяки використанню системи звітності «єдиного вікна» (OSS - One Stop Shop) для декларування всіх транскордонних продажів B2C через податковий портал в якійсь одній державі-члені.

Зокрема, передбачається розширення сфери дії системи MOSS (Mini One Stop Shop), що перетворить її на «єдине вікно» OSS (One Stop Shop) для:

- Постачання B2C послуг, відмінних від послуг TBE;
- Віддаленого продажу товарів у межах ЄС;
- Певних внутрішніх поставок товарів за сприяння електронного інтерфейсу;
- Дистанційного продажу товарів, що імпортуються з третіх країн, партіями вартістю до 150 євро.

Використання "єдиного вікна" замінює зобов'язання компаній реєструватися платником ПДВ у кожній країні ЄС, де вони здійснюють продаж споживачам, що вважалось однією з перешкод для транскордонної торгівлі в ЄС.

Підприємства, що експлуатують електронні інтерфейси, такі як ринки або платформи, в певних ситуаціях вважатимуться для цілей ПДВ постачальником товарів, що продаються споживачам в ЄС компаніями, які використовують такий ринок або платформу. Отже, їм доведеться збирати та сплачувати ПДВ із цих продажів.

Впровадження схеми імпорту йде паралельно зі скасуванням поточного звільнення від ПДВ для товарів невеликою партією вартістю до 22 євро.

Там, де IOSS (Import One-Stop Shop) не використовується, для імпорту буде доступний інший механізм спрощення. Імпортний ПДВ буде стягуватися з клієнтів митним декларантом (наприклад, поштовим оператором, кур'єрською фірмою, митними агентами), який сплачуватиме його митним органам щомісяця.

Очевидно, що врахування вищевказаних змін в оподаткуванні дистанційного продажу товарів/послуг в ЄС, є необхідним насамперед для українських компаній та поштових операторів, які здійснюють експорт товарів в ЄС. Водночас для розширення транскордонної електронної торгівлі в Україні та зменшення випадків ухилення від сплати ПДВ в Україні також мають бути здійснені аналогічні кроки, спрямовані на спрощення процедури сплати ПДВ при імпорті товарів/послуг.

Окрім цього, нинішній поріг звільнення від оподаткування ПДВ у розмірі 100 євро та 150 євро без мита, що застосовується до вхідних транскордонних посилок для фізичних осіб, фактично сприяє контрабандному імпорту (із навмисним оголошенням неправдиво низької вартості товарів та імпортування через фізичних осіб для подальшого перепродажу), а також створює несправедливі умови на ринку для вітчизняних виробників аналогічних товарів (які, на відміну від імпортерів, у будь-якому випадку мають сплачувати ПДВ).

X. Забезпечення прозорості та доступної доставки

В ЄС загальноприйнятим є створення централізованої інфраструктури з невеликою кількістю транскордонних центрів (обмінних пунктів) для досягнення своєчасного та регулярного перевезення посилок за кордон.

Окрім цього, було прийнято Регламент (ЄС) № 2018/644 від 18.04.2018 р. про послуги транскордонної доставки посилок, який має 3 ключові цілі:

- посилити регулятивний нагляд за службами доставки посилок;
- підвищити прозорість певних цільових тарифів шляхом публікації на веб-сайті;

- переглянути оцінку тарифів на деякі послуги транскордонної доставки посилок.

Постачальники послуг транскордонної доставки посилок, які підпадають під сферу дії цього Регламенту, повинні надати національному регуляторному органу країни ЄС, в якій вони перебувають, загальнодоступний перелік тарифів на доставку одиничних поштових відправлень. Це має бути зроблено до 31 січня кожного календарного року. На основі публічних списків тарифів НРО (національний регуляторний орган) визначає для кожного з одиничних поштових відправлень, перерахованих у додатку до Положення, транскордонні тарифи, які він вважає необхідними для оцінки.

В Україні доставка товарів має певні незручності, пов'язані з довшими (у порівнянні з ЄС) строками доставки, а також високими цінами на міжнародні відправлення. Водночас це є однією із перешкод у розвитку електронної комерції в Україні, оскільки це заважає багатьом торговцям/споживачам купувати та продавати в інтернеті. Вирішення даної проблеми потребує скоординованої регуляторної політики, спрямованої на забезпечення прозорих та доступних цін на доставку, а також створення єдиного логістичного ланцюжка, який би дозволяв поштовим службам доставляти посилки в короткі терміни в усі регіони країни.

XI. Підвищення прозорості та чесної конкуренції на ринку електронної комерції

В європейській цифровій економіці існує декілька потужних онлайн-майданчиків, на долю яких припадає найбільша частка онлайн транзакцій, концентрації ресурсів та споживачів. У зв'язку з цим особлива увага приділяється регулюванню діяльності великих онлайн-майданчиків як «шлюзів» між продавцями та кінцевими споживачами, які можуть створювати бар'єри для входу на ринок нових «гравців» та певним чином монополізувати ринок.

Для врегулювання цих нових викликів в ЄС напрацьовано проєкт закону про цифрові

ринки (DMA²⁰) та проєкт закону про цифрові послуги (DSA²¹). У проєктах передбачається зобов'язання онлайн-майданчиків докладати розумні зусилля для оцінки надійності торговців, а також зберігати та публікувати інформацію про торговців, які користуються послугами платформи аби дозволити споживачам визначитися про доцільність укладання з цими торговцями дистанційного контракту. Інтернет-платформи також зобов'язані організувати свій інтерфейс таким чином, щоб торговці могли дотримуватися законодавства ЄС про безпеку споживачів та товарів.

В українському законодавстві наразі відсутні спеціальні норми щодо регулювання діяльності онлайн-майданчиків та забезпечення чесної конкуренції для суб'єктів електронної торгівлі. З огляду на постійне зростання кількості компаній, що пропонують свої товари/послуги в мережі інтернет, запровадження заходів проти монополізації ринку та задля забезпечення максимальної прозорості процедури укладення дистанційних контрактів за допомогою онлайн-платформ також має бути розглянуто та врегульовано на законодавчому рівні.

Отже, стан законодавчого регулювання електронної комерції не відповідає оновленому гармонізованому законодавству ЄС, що, своєю чергою, стає перешкодою для інтеграції України до ЄЦР ЄС та подолання бар'єрів для транскордонної електронної торгівлі.

Залишення вищевказаних аспектів неврегульованими фактично призведе до стагнації та ізоляції ринку електронної комерції в Україні. Водночас сфера електронної комерції є транснаціональною та транскордонною, у зв'язку з чим державна політика України в цій сфері має бути так чи інакше націлена на наближення національного законодавства до права ЄС та загальноновизнаних світових стандартів.

20) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?qid=1608116887159&uri=COM%3A2020%3A842%3AFIN>

21) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?qid=1608117147218&uri=COM%3A2020%3A825%3AFIN>

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ



Станом на сьогодні відповідно до Додатку XVII-3 Угоди про асоціацію єдиним актом у сфері електронної комерції, положення якого мають бути імplementовані в національне законодавство України, є Директива № 2000/31/ЄС. На виконання цього зобов'язання був прийнятий Закон «Про електронну комерцію», положення якого в цілому відповідають Директиві № 2000/31/ЄС.

Однак протягом останніх п'яти років, відповідно до ухвалені Стратегії розвитку цифрового ринку в ЄС, були здійснені додаткові кроки щодо гармонізації права ЄС в сфері електронної комерції.

Беручи до уваги суттєві зміни в регулюванні цієї сфери в ЄС, Додаток XVII-3 потребує оновлення, щоб визначити чіткі зобов'язання України з урахуванням актуального гармонізованого законодавства ЄС: насамперед, положень Директиви № 2019/2161/ЄС, Директиви № 2019/770/ЄС, Регламенту (ЄС) № 2018/302/ЄС.

При цьому, незважаючи на те як скоро буде оновлений Додаток XVII-3, з огляду на стрімкі темпи розвитку електронної комерції та важливість збільшення її обсягів для економіки країни, необхідно вже зараз усувати бар'єри для транскордонної торгівлі товарами та послугами через інтернет, а також покращувати умови здійснення електронної комерції на внутрішньому ринку.

Важливим для цього є розроблення національної дорожньої карти розвитку електронної торгівлі в Україні відповідно до вимог ЄЦР ЄС, в якій має бути передбачений весь комплекс регуляторних дій, що стосуються розвитку електронної комерції.

З урахуванням основних змін у законодавчому полі ЄС, а також тенденцій у регулюванні сфери електронної комерції,

в Україні мають бути найближчим часом врегульовані наступні аспекти:

а) Захист прав споживачів, підвищення їхньої довіри та безпеки, у т.ч. за транскордонними угодами:

- Забезпечення дотримання прав та інтересів споживачів на всіх етапах: перед, під час та після покупки товарів/ послуг на ринку електронної комерції;
- Заборона геоблокування та геодискримінаційних практик;
- Регулювання порядку укладення дистанційних контрактів на поставку цифрового вмісту та цифрових послуг і захист прав споживачів за такими контрактами.

б) Діяльність онлайн-ринків та торговельних майданчиків:

- Регулювання питання відповідальності електронних торговельних майданчиків перед споживачем за недобросовісні дії сторонніх продавців;
- Визначення чітких правил розміщення інформації про продавця з можливістю перевірки даних про суб'єктів господарювання з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських організацій;
- Розширення переліку дій, що підпадають під нечесну підприємницьку практику;
- Забезпечення достовірності та об'єктивності системи відгуків про товари;
- Запровадження заходів щодо запобігання монополізації ринків великими торговельними онлайн-майданчиками (за зразком DMA).

в) Ефективна система захисту прав споживачів та врегулювання спорів:

- Запровадження механізму досудового врегулювання спорів між споживачами та продавцями (альтернативні способи вирішення спорів про порушення прав споживачів);
- Створення онлайн-платформи розв'язання спорів у сфері електронної комерції (аналог платформи ODR в ЄС).

г) Заходи щодо стимулювання розвитку транскордонної електронної торгівлі:

- Спрощення системи оподаткування та розмитнення товарів, які імпортуються в результаті дистанційної купівлі-продажу;
- Забезпечення прозорості та доступної доставки.

У будь-якому випадку державна регуляторна політика в сфері електронної комерції має бути спрямована на:

- сприяння розвитку електронної комерції, у тому числі за рахунок забезпечення рівної конкуренції для бізнесу та захисту прав споживачів;
- подолання бар'єрів та перешкод для транскордонної електронної комерції;
- врахування існуючих ринкових тенденцій та ділової практики.

Максимальне наближення вітчизняного законодавства до права ЄС у сфері електронної комерції та інтеграція до ЄЦР ЄС означатиме наступні можливості:

- 1) Для держави: зростання економіки в цілому та її перехід на новий рівень, зростання ВВП за рахунок збільшення обсягів виробництва/продажу, скорочення регіонального дисбалансу в можливостях працевлаштування та отримання доходу, збільшення доходів бюджету завдяки збільшенню обсягів електронної комерції та використанню механізмів детінізації;
- 2) Для бізнесу: доступ до онлайн-ринків та електронних послуг країн ЄС, отримання нових можливостей та каналів збуту продукції, ефективна пряма та оперативна взаємодія з кінцевим споживачем; економія

на витратах, пов'язаних із утриманням працівників, офісу і т.п., спрощені правові та адміністративні бар'єри, користування загальними правилами вільного транскордонного онлайн-розповсюдження товарів (послуг) та цифрового контенту, зрозумілий порядок укладання цифрових контрактів, онлайн-платежів, захисту персональних даних;

3) Для споживачів: вільний доступ до міжнародних ринків збуту, можливість порівняння цін, якості та більший вибір продукції, звільнення від посередників, захист та гарантування прав споживачів під час укладання дистанційних контрактів, зрозумілий та безпечний порядок здійснення платежів, захист персональних даних.

1/3 | ДОСЛІДЖЕННЯ



НА ШЛЯХУ ДО ЄДИНОГО ЦИФРОВОГО РИНКУ ЄС



[Електронна комерція](#)



[Телекомунікації](#)



[Довірчі послуги](#)

Український центр європейської політики (УЦЄП) – це незалежний аналітичний центр аналізу та вироблення політики, який був заснований у 2015 році.

Наша місія – сприяти проведенню реформ в Україні задля сталого економічного зростання та побудови відкритого суспільства в партнерстві з інституціями на всіх рівнях.

Пріоритетні напрями діяльності:

- підготовка та розповсюдження експертно-аналітичних матеріалів для сприяння євроінтеграційним реформам в Україні;
- популяризація європейських цінностей в українському суспільстві;
- інформування суспільства про можливості і переваги тісної співпраці з ЄС;
- сприяння посиленій економічній, політичній та торговельній співпраці України з Європейським Союзом;
- інформування міжнародної спільноти про виклики і досягнення в здійсненні Україною реформ, передбачених Угодою про асоціацію між Україною та ЄС.

