

МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В КОНТЕКСТІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ УГОДИ З ЄС ПРО ЗВТ

Формування та проникнення інформаційно-телекомунікаційних технологій у повсякденну практику господарського, соціально-побутового життя, а також у діяльність державного сектору є беззаперечним доказом інтеграції держави до постіндустріального етапу розвитку суспільства на інноваційних засадах.

Угода про ЗВТ передбачає взаємну лібералізацію торгівлі товарами та послугами, адаптацію вітчизняних стандартів до європейських і подальше поглиблення співпраці між Україною й ЄС в економічній сфері. Із наближенням моменту введення в дію економічної частини Угоди про Всеохоплюючу Зону вільної торгівлі актуалізується завдання вивчення можливостей та ризиків для вітчизняних домогосподарств, підприємців, державних служб, пов'язаних із діяльністю у сфері електронної торгівлі. Електронна торгівля стрімко розвивається в українському Інтернет-середовищі та має значний потенціал для виходу на нові електронні ринки ЄС. Взаємне зацікавлення у вітчизняних споживачах Інтернет-послуг можливе для постачальників товарів та послуг з держав-членів ЄС через насичення ринку, значну конкуренцію серед Інтернет-магазинів та торгівельних майданчиків тощо.

У IV розділі, главі 6 «Заснування підприємницької діяльності, торгівля послугами та електронна торгівля» зазначеної Угоди затверджено, що електронні транзакції відносяться до транскордонного постачання послуг, а тому не можуть обкладатися митом¹

- Сторони повинні підтримувати діалог з регуляторних питань, що стосуються електронної торгівлі, зокрема наступних:
 - 1) взаємне визнання сертифікатів електронних підписів, що випускаються публічно та спрощення транскордонних послуг із сертифікації;
 - 2) відповідальність посередників, що надають послуги із передачі та зберігання інформації;
 - 3) нагляд над несанкціонованими електронними комерційними зв'язками;
 - 4) захист інтересів споживачів у сфері електронної торгівлі;
 - 5) будь-які інші питання, що стосуються розвитку електронної торгівлі.

Таке співробітництво може здійснюватись, в тому числі, шляхом взаємного обміну інформацією щодо розвитку відповідних регуляторних норм, а також їх впровадження².

Ключовими перевагами для України від дії Угоди для електронної торгівлі (е-торгівлі), на думку експертів, повинні стати:

1. Інституційна гармонізація діяльності е-торгівлі на вітчизняному та європейському ринках.

У ЄС діяльність з електронної комерції регулюється Директивою

¹ ЄС-Україна: поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/documents/virtual_library/dcfta_guidebook_web.pdf

² ЄС-Україна: поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/documents/virtual_library/dcfta_guidebook_web.pdf.

2000/31/ЄС. Товари та послуги, придбані за посередництвом електронної комерції прирівняні до послуг, до них згідно Директиви належать:

інформаційні сервіси (наприклад, Інтернет-газети);

онлайн-продаж продуктів і послуг (книги, одяг, фінансові, туристичні послуги);

професійні послуги (юристи, лікарі, ріелтори);

розважальні послуги й основні посередницькі послуги (доступ в Інтернет і передача та хостинг інформації);

Інтернет-реклама та спонсорство.

Права та рівень захисту онлайн-споживачів, згідно з вище наведеного документу, не поступаються традиційному «офлайновому» способу, а вимоги до якості товарів і послуг — такі ж суворі, як у звичайних магазинах (слід, наприклад, вказувати ціну з податками та витратами на доставку)³.

У вітчизняному нормативно-правовому полі аналогом Директиви 2000/31/ЄС є прийнятий недавно закон України № 675-VIII «Про електронну комерцію» (від 25.09.2015 р.). Саме цей закон наближає вітчизняне законодавство до європейських стандартів у сфері інформаційно-комунікаційних технологій та електронної торгівлі, визначає правовий статус покупця та продавця товарів, робіт, послуг в електронній комерції; встановлює обов'язок для продавця, який поширив інформацію про товар, роботу, послугу розкривати та забезпечити прямий, простий, стабільний доступ до інформації про повне його найменування та місцезнаходження, відомості про ліцензію, у разі її обов'язковості, інформацію щодо включення у вартість товару, роботи, послуги податків, вартість доставки. Велика увага приділена захисту персональних даних споживачів під час здійснення електронних правочинів⁴, що стали відомими з електронних документів (повідомлень) під час здійснення електронних угод, у порядку, передбаченому законом України "Про захист персональних даних". Також закон прирівнює електронний правочин за правовими наслідками до договору, укладеного в письмовій формі.

Зазначене вище дозволить гарантувати законність, прозорість та достовірність онлайн-торгівельних операцій і, в свою чергу, прискорить інтеграційні процеси у світове інформаційне простір.

Унормування та законодавче затвердження низки термінів та понять у даному законі дозволило трактувати електронну торгівлю «господарську діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем»⁵. Тобто, електронна торгівля є частиною електронної комерції, яка за

³ Розширення кордонів для е-комерції. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: europa-torgivlia.org.ua/e-commerce/.

⁴ Президент підписав Закон «Про електронну комерцію». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/news/prezident-pidpisav-zakon-pro-elektronnu-komerciyu-36022>.

⁵ Закон України № 675-VIII від 25.09.2015 р. «Про електронну комерцію». [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.

означенням відповідає трактуванню електронної торгівлі у Директиві ЄС. Вагомим здобутком для учасників е-торгівлі від прийняття Закону є прирівнювання електронних документів в сфері електронної комерції (електронної торгівлі) до паперових примірників. Цей документ також узаконює діяльність Інтернет-магазинів, убезпечуючи споживача від недобросовісних продавців, захищає права користувачів у суді, врегульовує спілкування з податковими та іншими інстанціями.

Отже, Закон України “Про електронну комерцію” повністю гармонізований з європейськими нормами. Окрім того, основні норми та положення Директиви прописано в Угоді про асоціацію.

2. Сприяння розвитку вітчизняного ринку е-торгівлі та Збільшення потенційних ринків збуту за рахунок залучення мешканців країн ЄС

Суб’єктами електронної торгівлі є домогосподарства, підприємства (бізнес), державний сектор. Прийнято розрізняти такі види електронної торгівлі: B2B (бізнес для бізнесу), B2C (бізнес для споживачів), B2G (бізнес для державного сектору): C2C, (споживачі для споживачів), G2C (державний сектор для споживачів).

Вітчизняний ринок е-торгівлі характеризується певними особливостями:

- високий потенціал зростання. *Щорічно в середньому темпи зростання становлять 25-30%. Найскладнішим періодом для розвитку е-торгівлі був 2014 р., коли темпи зростання у порівнянні з попереднім роком склали 21,6%. Однак цей показник вищий, ніж темпи зростання топ-3 країн ЄС з огляду обороту електронної комерції B2C (Великобританія, Німеччина і Франція)⁶. Такий спад спричинений соціально-політичними подіями в Україні: анексією Криму, окупацією Донбасу та загостренням військового конфлікту на сході держави. Частка е-торгівлі в Україні до загального товарообороту становить 2%. У той час, коли у країнах ЄС – 7-10%, у Великобританії – 12%, в середньому в світі – 6,5%, у США – 10,1%, що засвідчує про великі перспективи розвитку е-торгівлі;*
- ненасиченість ринку товарами та послугами. *Внаслідок війни на сході обсяги е-торгівлі зменшились за попередніми підрахунками на 17 %, до того ж знизилась платоспроможність населення. Середня вартість замовлення в Інтернет-магазині зменшилась пропорційно падінню курсу національної валюти — на 60 %, споживачі товарів категорії «люкс» стали купувати більш дешеві їх аналоги. Внаслідок коливань валютних курсів вітчизняні учасники ринку е-комерції потерпають від зменшення прибутків. А тому одним з трендів розвитку вітчизняної е-комерції є оперативна переорієнтація на нові види товарів та послуг, гнучке встановлення цін в залежності від валютного курсу⁷. Щодо оборотів е-торгівлі, то станом на 2013 р. було зафіксовано 2,3 млрд. дол. США, у 2014 р. – 1,6 млрд. дол. США; а у 2015 – 1,1 млрд. дол.*

⁶ European B2C E-commerce Report 2015. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://nrw.nl/wp-content/uploads/2015/07/European-b2c-e-commerce-report-2015.pdf>.

⁷ Патраманська Л. Ю. Дослідження сучасних тенденцій розвитку світового ринку електронної комерції / Л.Ю. Патраманська// Технологический аудит и резервы производства — 2014. – № 5/3(19). – С.67-71, С.69.

США⁸. Щодо спеціалізації вітчизняних Інтернет-магазинів, то на думку експертів, на ринку, крім лідируючих позицій електроніки та побутової техніки, є й інші види товарів, інші ринкові ніші, в яких ще залишилося місце для конструктивної конкуренції та розвитку;

- низький рівень проникнення Інтернету, а відтак низька частка осіб, що ним користуються для здійснення купівлі-продажу товарів чи послуг. Протягом 2014 р. 26% споживчих товарів було куплено в Україні через Інтернет⁹. Частка Інтернет-проникнення у 2015 р. становить 51%, а частка Інтернет-покупців – 11%. Натомість, у Німеччині Інтернет-проникнення становить 77%, у Великобританії – 82%¹⁰. Зазначимо, що високий рівень прийняття користувачами електронної комерції, характерний для більшості країн ЄС, означає відносно зменшення потенціалу зростання. Так, за даними УАДМ, кількість інтернет-користувачів зросла в першому півріччі 2014 р. на 2 млн. осіб, але, незважаючи на це, спостерігалось значне зниження обсягів продажів у сегменті електроніки та побутової техніки. Разом з тим, зростання продажів відбулось в таких сегментах, як "Товари для спорту", "Будівельні матеріали", "Безпека та захист". На думку керівника інтернет-магазину Рerka.ua Д. Латанського, в 2015 р. можливе зростання продажів на 10-15% тільки за умови стабілізації ситуації в країні і перерахунку зарплат в деяких галузях¹¹. Тому, перспективним є напрям удосконалення якості Інтернет-зв'язку, покращання його доступності та якості на базі впровадження технологій 3 та 4 G;
- низький рівень використання при оплаті трансакцій банківських карток, платіжних систем та електронних грошей. В Україні понад 80 % здійснених он-лайн покупок оплачуються за рахунок готівки, розрахунки банківськими картками становили лише 4 %, поступившись розрахункам з використанням терміналів. Така ситуація на вітчизняному ринку обумовлена високим рівнем недовіри до суб'єктів е-торгівля, внаслідок великої кількості махінацій та злочинів в мережі¹². Переважання готівкових розрахунків серед вітчизняних покупців пояснюється цілим рядом причин, серед яких варто відзначити: несформовану репутацію онлайн-продавця (77%), неможливість ідентифікувати товар на предмет його якості (73%), невпевненість у надійності онлайн-продавця (72%), невпевненість в тому, що оплачений товар доставлять в належному стані (48%), а також низький рівень обслуговування (45%). Тим не менш, оплата за допомогою банківських карт і р2р сервісів (переводи з карти на карту) набирає обертів і популярність. У зв'язку з цим, експерти відзначають і почастищення випадків шахрайства, спрямованих на

⁸ Центр електронної комерції. [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <http://e-commerce.com.ua>.

⁹ European B2C E-commerce Report 2015 [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <http://nrgw.nl/wp-content/uploads/2015/07/European-b2c-e-commerce-report-2015.pdf>.

¹⁰ Патраманська Л. Ю. Дослідження сучасних тенденцій розвитку світового ринку електронної комерції / Л.Ю. Патраманська// Технологический аудит и резервы производства — 2014. – № 5/3(19). – С.67-71, С.68.

¹¹ Северова И. Как кризис повлиял на рынок электронной коммерции в Украине? [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://ubr.ua/business-practice/own-business/kak-krizis-povliial-na-rynok-elektronnoi-kommercii-v-ukraine-331291>.

¹² Патраманська Л. Ю. Дослідження сучасних тенденцій розвитку світового ринку електронної комерції / Л.Ю. Патраманська// Технологический аудит и резервы производства — 2014. – № 5/3(19). – С.67-71, С.69

несанкціонований доступ до платіжних карт¹³. В більшості розвинених європейських країн за придбані товари та послуги споживачі розраховуються пластиковими картками;

- недоконана інфраструктура електронної торгівлі. Елементи інфраструктури ринку електронної торгівлі вимагають удосконалення, бо впливають на внутрішнє функціонування ринку України та взаємодію з іноземними партнерами і громадянами: поштові сервіси; платіжні системи; системи зберігання; інструменти взаємодії: електронні документи, цифрові підписи; інструменти електронної ідентифікації¹⁴. А також удосконалення потребує логістика та транспортування товарів та послуг через кордон;
- жорстка нормативна політика НБУ щодо випуску електронних грошей та непривабливе нормативно-правове середовище для залучення міжнародних платіжних систем. Розвиток системи електронних грошей передусім стримується законодавчими обмеженнями. Емісія та використання електронних грошей регулюється статтею 15 Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» та Положенням про електронні гроші в Україні, затверджене постановою Правління Національного банку України від 4 листопада 2010 року № 481. Ключові положення яких визначають, що: емісію електронних грошей можуть здійснювати виключно банки; сума грошей, яка може одночасно зберігатися на електронному пристрої, який не може поповнюватися, не повинна перевищувати 2 тис. грн та на пристрої, який може поповнюватися, не повинна перевищувати 8 тис. грн; суб'єкти господарювання мають право використовувати електронні гроші лише для здійснення оплати товарів в сумі до 35 000 гривень протягом календарного року¹⁵. Зниження бар'єрів входження на ринок електронних грошей в Україні створить сприятливі умови для легалізації діяльності іноземних систем електронних грошей, послугами яких і зараз користуються українці. З початком офіційної діяльності великих іноземних систем електронних грошей, таких як PayPal, збільшаться можливості українського малого бізнесу щодо здійснення міжнародної торгівлі, а також підвищить конкурентоздатність аутсорсингових послуг українських підприємств на світовому ринку¹⁶. В той же час у високорозвинених країнах світу відсоток використання електронних грошей є досить високим. В Німеччині ситуація з розрахунками в е-комерції є нетиповою, оскільки розрахунки здійснюються в основному з використанням банківського рахунку (60 %). У Великобританії 75 % он-лайн покупок оплачуються з використанням дебетових та кредитних пластикових карт, близько 20 % — з використанням платіжної системи PayPal, решта — подарунковими сертифікатами, банківськими переведеннями тощо¹⁷. Політика держав ЄС щодо електронних

¹³ Северова И. Как кризис повлиял на рынок электронной коммерции в Украине? [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://ubr.ua/business-practice/own-business/kak-krizis-povliial-na-rynok-elektronnoi-kommercii-v-ukraine-331291>.

¹⁴ Зеленська М. Електронна комерція України: перспективи для суспільства та бізнесу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eb.dep145.org.ua/sites/default/files/Zelenska_eCommerce.pdf

¹⁵ Черномор В. О. Сучасний стан та перспективи розвитку платіжних систем в сфері електронної комерції / В. О. Черномор // Фінансовий простір – 2015. – № 1 (17). – С.283-289, С.286.

¹⁶ Черномор В. О. Сучасний стан та перспективи розвитку платіжних систем в сфері електронної комерції / В. О. Черномор // Фінансовий простір – 2015. – № 1 (17). – С.283-289, С.287.

¹⁷ Патраманська Л. Ю. Дослідження сучасних тенденцій розвитку світового ринку електронної комерції / Л.Ю. Патраманська// Технологический аудит и резервы производства 2014. – № 5/3(19). – С.67-71, С.69.

платежів визначається експертами як помірно нормативна з елементами ліберальності. Головними завданнями такої політики є забезпечення доступу на ринок новим учасникам та формування ефективної конкурентоспроможного середовища для всіх його учасників¹⁸. Згідно даних НБУ станом на 1 жовтня 2014 р. загальна кількість емітованих українськими банками платіжних карт, термін дії яких не закінчився становила 69,8 млн. одиниць. Структура використання платіжних карт характеризувалась перевагою операцій зі зняття готівки, що пов'язано з недостатньо розвинутою платіжною інфраструктурою і можливістю для держателів зарплатних карт знімати готівку в банкоматах без комісії.¹⁹ В окремих випадках вартість товару в Інтернет-магазині для кінцевого споживача може бути на 20 % вищою при оплаті товару безготівковим шляхом у порівнянні з вартістю товару за умови оплати готівкою, що теж не стимулює сподивача розраховуватися платіжно карткою. Окрім того, можливість легалізації емісії електронних грошей в обхід платіжного законодавства України дозволяє операторам електронних грошей отримувати не ринкові конкурентні переваги, що суперечить принципам рівноправної конкуренції та не сприяє створенню прозорого ринку електронних грошей. Тому усунення юридичних колізій в законодавстві України є необхідною умовою для розвитку ринку електронних грошей. Слід відмітити, що не всі українські платіжні системи легалізували свою діяльність. Наприклад, система «Інтернет.Гроші» компанії «Пейкеш Україна», яка здійснює свою діяльність починаючи з 2003 року, не зареєстрована в НБУ та не має ліцензії на переказ коштів. Система «Інтернет.Гроші», як і популярна «Яндекс.деньгі», реалізована на базі технології PayPal та оперує електронними грошима. Окрім вже розглянутих платіжних карт і електронних грошей, розповсюдженням засобом для здійснення мікроплатежів в мережі Інтернет є СМС-платежі²⁰. Отже, слід спростити в Україні роботу платіжних систем з використанням Інтернету, електронних грошей та інших інших інструментів взаєморозрахунків на базі нових технологій, шляхом внесенням відповідних змін до законодавства. Для України слід розробити національні стандарти та правила регулювання е-торгівлі, які б забезпечували їй рівноцінні партнерські умови в контексті ЗВТ при створенні єдиної віртуальної платіжної системи, що сприятиме масовому використанню електронних грошей²¹;

- орієнтація вітчизняних Інтернет-магазинів, торговельних майданчиків на внутрішній ринок та покупця та неготовність до співпраці із європейськими партнерами. В Україні Інтернет-магазини такі, як *rozetka.com.ua*, *eldorado.com.ua* є лідерами за обсягом продаж споживчих товарів населенню. Однак відсутність інформації на сайтах Інтернет-магазинів англійською мовою, домінування російської та української мов не сприяє наближенню до споживачів з держав ЄС. При тому, що електронний

¹⁸ Панина Д.С. Особенности регулирования индустрии электронных платежей: опыт зарубежных стран / Д.С. Панина // Вестник ОГУ. – 2015 – №4 (179). – С.313- 317, С.313.

¹⁹ Черномор В. О. Сучасний стан та перспективи розвитку платіжних систем в сфері електронної комерції / В. О. Черномор // Фінансовий простір – 2015. – № 1 (17). – С.283-289, С.284.

²⁰ Панина Д.С. Особенности регулирования индустрии электронных платежей: опыт зарубежных стран / Д.С. Панина // Вестник ОГУ. – 2015 – №4 (179). – С.313- 317, С.315.

²¹ Дубовик Т.В. Інтернет-торгівля в Україні [Електронний ресурс] / Т. В. Дубовик. – Електрон. текстові дан. // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету : Науково-практич. журнал. – 2013/1. – № 1. – С. 20-28. Режим доступу: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2013/01/2.pdf>.

ринок ЄС для підприємців України є досить привабливим та потенційно цікавим для розвитку е-торгівлі, оскільки: річний оборот е-торгівлі ЄС становить 360 млрд. євро проти вітчизняного обороту у 2,3 млрд. євро, значна частка у 39% населення ЄС, яка періодично здійснює покупки в Інтернеті (проти 11-15 % вітчизняних он-лайн покупців);

- низька платіжна спроможність населення, що не сприяє збільшенню користувачів мережі. З огляду на те, що більше половини українців знаходяться за межою бідності, важко розраховувати на реально широку аудиторію. Інтернет-технології найбільш ефективні, коли ними користується не менше 5% населення²². Згідно прогнозів експертів, вийти на такий показник Україна зможе лише у 2016 р. при умові стабілізації політичної та військової ситуації. В Україні, за різними оцінками, можливості глобальної інформаційної мережі Інтернет активно використовують від близько 15% користувачів (або 6,3 млн осіб).

Сучасні тенденції у розвитку е-торгівлі полягають у:

- масовому використанні мобільних пристроїв для здійснення бізнес-операцій в мережі (за останні два роки відсоток мобільних продажів зріс майже удвічі – з 14% 2013 року до 24% в 2014²³);
- зростанні покупок через соціальні мережі (у 2014 році 39% робили замовлення через соціальні мережі проти 12% у 2013 році. Найчастіше українці через соціальні мережі купували одяг, аксесуари і подарунки, взуття, косметику і парфумерію та товари для дітей²⁴);
- персоналізації, індивідуалізації послуг. Споживачі підприємств е-торгівлі проявляють зацікавленість до унікальних продуктів, спроектованих на сайті власноруч чи іншими споживачами;
- широкому застосуванні електронних грошей та інших новітніх платіжних засобів, а також введення в обіг підприємствами е-торгівлі власної валюти для розрахунків;
- активному розвитку корпоративного сектору електронної комерції B2B — бізнес для бізнесу;
- збільшенні кількості Інтернет-магазинів, появі гібридних магазинів (тобто таких, які мають традиційні та електронні торговельні площі);
- диверсифікації асортименту товарів та послуг: замовлення свіжої їжі, засобів гігієни тощо;
- омніканальності продаж, що дозволяє покупцю обрати на свій розсуд засіб для комунікації та здійснення оплати;
- зниженні бар'єрів для здійснення транскордонних операцій.

3. Стимулювання розвитку інфраструктури електронної торгівлі

²² Одарченко А. М. Особливості електронної комерції та перспективи її розвитку в Україні / А.М. Одарченко, К.В. Сподар// БІЗНЕСІНФОРМ. – 2015. – № 1. – С.342-346, С.345.

²³ Ericsson: Українці не купують зі смартфонів через неправильне уявлення про безпеку. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://u-s-c.com.ua/ericsson-ukrayintsi-ne-kupuyut-zi-smartfoniv-cherez-nepravil-ne-uyavlennya-pro-bezpeku/>

²⁴ Українські онлайн-покупці стали частіше купувати через соціальні мережі. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://u-s-c.com.ua/ukrayins-ki-onlajn-pokuptsi-stali-chastishe-kupuvati-cherez-sotsial-ni-merezhi>.

Завдяки гармонізації законодавчого поля в Україні можуть з'явитися легальні міжнародні платіжні системи, такі як PayPal, європейські оператори логістики, системи захисту інформації. Це наблизить українських виробників та е-посередників до європейських споживачів. А з упровадженням повноцінного 3G та 4G-зв'язку передбачається суттєве збільшення доступу до системи надання електронних послуг.

Слід очікувати також на гармонізацію статистичного супроводу діяльності е-торгівлі в Україні (на жаль, офіційних статистичних даних немає) та ЄС та налагодження моніторингу діяльності е-торгівлі

Перспективи розвитку е-торгівлі у контексті дії Угоди полягають у формуванні таких напрямів:

- стимулюванні безготівкових розрахунків (*З початком офіційної діяльності великих іноземних систем електронних грошей, таких як PayPal, збільшаться можливості українського малого бізнесу щодо здійснення міжнародної торгівлі, а також підвищить конкурентоздатність аутсорсингових послуг українських підприємств на світовому ринку*²⁵);
- розробці і прийнятті нормативних актів на виконання Закону “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо функціонування платіжних систем та розвитку безготівкових розрахунків” №5284-IV;
- оновленні законодавчих актів, що регулюють питання обігу електронних грошей;
- розширенню доступу до потенційних ринків збуту за рахунок залучення мешканців країн ЄС;
- перенесенні акценту асортименту вітчизняних Інтернет-магазинів на продукцію вітчизняного виробництва;
- подальших удосконалень в сфері захисту прав споживачів;
- покращенні надійності, безпеки, терміновості платежів в е-торгівлі;
- підвищенні прозорості ведення бізнесу в Інтернеті.

С.Д. Щеглюк

к.е.н., с.н.с. сектору просторового розвитку

²⁵ Черномор В. О. Сучасний стан та перспективи розвитку платіжних систем в сфері електронної комерції / В. О. Черномор // Фінансовий простір – 2015. – № 1 (17). – С.283-289, С.287.