

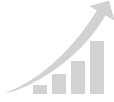


МІНІСТЕРСТВО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ,
ТОРГІВЛІ ТА СІЛЬСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ



МЕМОРАНДУМ

щодо альтернативного способу
вирішення споживчих спорів,
що виникають в сфері
електронної комерції



Цей меморандум щодо альтернативного способу вирішення споживчих спорів, що виникають у сфері електронної комерції розроблено на виконання Плану завдань і заходів з реалізації Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017 - 2021 роки, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 року № 1017-р., за фінансової допомоги уряду Німеччини через німецьку федеральну компанію Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH у співпраці з Громадською спілкою «Фонд підтримки реформ в Україні». Бенефіціар проекту - Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України.

Точка зору, висловлена авторами документа, може не співпадати з точкою зору німецької федеральної компанії Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, Громадської спілки «Фонд підтримки реформ в Україні» та Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України чи окремих експертів, які долучилися до роботи над даним меморандумом.

Цифровізація істотно коригує всі сфери життя та форми взаємодії, в тому числі у торгівлі. Останнє десятиліття демонструє стрімкий розвиток електронної комерції через онлайн магазини, маркетплейси тощо. Оскільки за своєю сутністю торгівля залишається торгівлею (хоча і в спеціфічній, електронній формі), з електронних комерційних транзакцій регулярно виникають спори, які потребують належного вирішення та врегулювання. Відповідно, розробляються і впроваджуються нові форми розгляду спорів (також онлайн), які здатні адекватно адресувати юридичні аспекти таких спорів.

На сьогодні, основна увага зосереджена на пошуку підходів до оптимізації порядку вирішення споживчих спорів – скарг/звернень споживачів до продавців у онлайн покупках. Така тенденція обумовлюється низкою причин: (1) споживчі спори, загалом, є більш простими з юридичної точки зору, тому вимоги до кваліфікації осіб, які їх розглядають, є менш суворими порівняно з іншими сферами; (2) велика кількість споживчих спорів переважantly судову систему; (3) успішна система альтернативного вирішення споживчих спорів може значно знизити навантаження на судову систему, сприяти економії коштів та вивільненню потужностей для розгляду більш складних справ; (4) ефективна система альтернативного вирішення спорів (надалі – «АВС») сприятиме подальшій лібералізації торгівлі, включно з трансграничною; в свою чергу, це спрощуватиме умови торгівлі та сприятиме збільшенню її обсягів. Наведені причини є достатньо переконливими для ретельного аналізу та моделювання оптимізованої системи АВС в Україні. Прототипом виступатиме система АВС Європейського Союзу (надалі – «ЄС»), як в силу показників її ефективності, так і внаслідок необхідності виконання зобов'язань, які взяла на себе Україна відповідно до положень Угоди про асоціацію між Україною та ЄС (надалі – «Угода»).

I. Система альтернативного вирішення споживчих спорів в ЄС

1.1. Система законодавства про альтернативне вирішення споживчих спорів

Законодавство про АВС в ЄС складається з двох основних документів:

1. Директиви 2013/11/EU Європейського Парламенту і Ради від 21 травня 2013 року «Про альтернативне вирішення спорів у споживчих спорах і внесення змін та доповнень до Регламенту (ЄС) № 2006/2004 та Директиви 2009/22/ЄС» (надалі – «Директива»);
2. Регламенту (EU) № 524/2013 Європейського Парламенту і Ради «Про онлайн вирішення споживчих спорів і внесення змін і доповнень до Регламенту (ЄС) № 2006/2004 та Директиви 2009/22/ЄС» (надалі – «Регламент»).

Сфера застосування Директиви та засади діяльності компаній АВС

Відповідно до Директиви, її дія розповсюджується на споживчі спори (онлайн і оффлайн), що виникають з відносин продажу товарів/послуг (як в рамках держави, так і трансграничних). Сторонами спору, за Директивою, виступають споживач, з одного боку та продавець – з іншого. При цьому, під «споживачем» розуміється фізична особа, яка здійснювала придбання товарів/послуг в цілях, котрі не пов'язані із ремеслом, родом занять, підприємницькою або професійною діяльністю. Під «продавцем» розуміється будь-яка фізична або юридична особа (приватного або публічного права), яка здійснює свою діяльність (в тому числі через посередника) в цілях, котрі пов'язані із ремеслом, родом занять, підприємницькою або професійною діяльністю. Директива проголошує, що проста, ефективна, швидка та економічно доцільна система альтернативного вирішення спорів є помітною компетентною перевагою у певній юрисдикції та повинна застосовуватися до всіх видів спорів, передбачених Директивою.

З огляду на зазначене, Директива встановлює види спорів, на які її дія не поширюється, а саме:

1. спори не економічного характеру,
2. спори про надання послуг в сфері охорони здоров'я,
3. скарги продавців до споживачів або до інших продавців, так само як і до внутрішніх процедур розгляду скарг продавцями (однак конкретна держава може на свій розсуд передбачити можливість і критерії застосування АВС процедур до таких спорів),
4. прями переговори сторін,
5. спори, що вирішуються у судовому порядку та
6. процедури розгляду компаніями з вирішення спорів, в яких відповідальна за розгляд спору особа була прийнята на роботу або отримує винагороду виключно від продавця, проти якого надходить звернення (держава може на власний розсуд виключити конфлікт інтересу такої компанії АВС при умові відповідності встановленим критеріям та дозволити розгляд звернення).

За ідеологією Директиви, система АВС повинна забезпечувати належне покриття всіх сегментів ритейлу, однак це не означає, що під кожен сегмент повинна створюватися окрема компанія АВС; достатньо, якщо

будуть крос-секторальні компанії ABC, які надають можливість звертатися із скаргами за всіма сегментами ритейлу. При цьому зазначається, що Директива не перешкоджає діяльності вже функціонуючих компаній із вирішення спорів.

Під «компанією ABC» Директива розуміє – будь-яку особу, яка належно створена (фізичною або юридичною особою/об'єднанням) та існує; пропонує послуги із вирішення спорів між споживачем і торгівцем за процедурою ABC; включена до реєстру компаній ABC у встановленому порядку. Компанія ABC повинна відповідати таким обов'язковим критеріям: доступність, фаховість, незалежність, неупередженість, прозорість, ефективність, справедливість, свобода вибору та законність. Відповідність вимогам забезпечується державою шляхом механізмів сертифікації та моніторингу. Держава також може дозволити здійснення процедур ABC ad hoc.

Компанії ABC розглядають споживчі спори шляхом (1) організації та забезпечення проведення переговорів між сторонами спору та сприяння прийняття сторонами рішення або (2) шляхом прийняття рішення за матеріалами справи, яке підлягатиме виконанню сторонами. Підхід до визначення типу процедури ABC, основних вимог та критеріїв визначається на розсуд певної держави. Однак, компанія ABC повинна мати можливість відмовитися від розгляду спору, якщо він є дуже складним і за своїм характером його розгляд буде більш ефективним у судовому порядку (відповідні критерії повинні бути розроблені державою). Як варіант, держава може встановити обґрунтовані фінансові пороги щодо споживчих спорів, які можуть розглядатися в порядку процедури ABC. Компанії ABC повинні бути наділені правом розглядати спільні скарги декількох споживачів або спільно декількома компаніями ABC. Компанії ABC можуть фінансуватися із приватних, публічних або змішаних джерел. Згідно з Директивою, розгляд спору компанією ABC має бути, по можливості, безкоштовним для споживачів. Якщо плата за розгляд і стягуватиметься зі споживача, вона повинна бути символічною.

Крім того, на державному рівні повинні бути встановлені підходи щодо обов'язковості участі торгівців у певній схемі ABC (загалом чи в залежності від сектору ритейлу тощо), однак в будь-якому випадку торгівці повинні мати право вільно обирати поміж компаній ABC.

Засади діяльності компаній ABC

Директива наголошує, що незалежність та чесність компаній ABC є абсолютно необхідними для завоювання довіри з боку споживачів. Крім того, відповідальні фізичні особи компаній ABC, які розглядають споживчі спори, повинні мати необхідний досвід та знання, включно із загальним розумінням законодавства, щоб належно розібратися в спорі. Водночас немає вимоги, щоб такі особи мали юридичну освіту. Держави повинні розробити прозорі, зрозумілі та достатні кваліфікаційні критерії та вимоги щодо знань, навичок та компетенцій осіб, відповідальних за розгляд спорів; щодо організації та забезпечення розгляду спору (зокрема, в частині обміну інформацією про сутність спору, процедури розгляду та наслідки для сторін тощо).

Компанія ABC повинна: (1) мати актуальну веб-сторінку, на якій сторони можуть легко отримати інформацію про компанію ABC та процедуру ABC (перелік даних повинен бути встановлений державою з урахуванням положень Директиви), а споживач матиме змогу подати скаргу та докласти супутні документи; (2) надавати на вимогу сторін інформацію, що стосується скарги на будь-якому носії; (3) в певних випадках надавати можливість споживачу подати скаргу оффлайн; (4) забезпечити обмін інформацією між сторонами спору за допомогою електронних або поштових засобів зв'язку; (5) розглядати, як національні, так і транскордонні спори; (6) забезпечувати конфіденційність та захист персональних даних; (7) звітувати про свою діяльність (щонайменше раз на 2 роки як передбачено Директивою).

За загальним правилом, встановленим Директивою, строк розгляду споживчого спору компанією ABC повинен становити до 90 днів з дня, коли відповідна компанія ABC отримала всю необхідну інформацію для розгляду спору. Подовження строку можливе лише у виключних обставинах, які визначені на законодавчому рівні. При цьому споживач зберігає за собою право звернутися до суду із заявою у справі, яку розглядає в ABC, а держава забезпечує необхідне регулювання перебігу тривалості строків позовної давності для випадків, коли споживач вирішує звернутися до суду після процедури ABC.

Роль держави у розбудові системи ABC

Успіх системи ABC в конкретній державі великою мірою залежить від держави, на яку покладено завдання із забезпечення ефективності системи ABC та справедливості розгляду нею споживчих спорів. Для цього держави наділені широкими повноваженнями, зокрема: (а) обирати організаційно-правову форму ABC; (б) джерела фінансування діяльності компаній ABC; (в) підходи до секторального покриття компаніями ABC; (г) процедури ABC тощо.

Водночас на державу покладається обов'язок ефективного контролю та моніторингу діяльності системи ABC (призначення/створення відповідального державного органу, впровадження механізмів відповідальності компаній ABC); сертифікації та ведення реєстру компаній ABC; регулярного опублікування узагальненої практики розгляду споживчих спорів за процедурою ABC. Держава також повинна забезпечити, щоб розгляд справ ABC

відбувався на засадах справедливості, практичного підходу, рівності сторін та об'єктивної оцінки; можуть також розроблятися та публікуватися рекомендації та керівництва з питань розгляду таких спорів за процедурою АВС.

Загалом відзначається, що створення системи АВС повинно відбуватися за участі професійних організацій, споживчих організацій, асоціацій. А на державу покладається завдання організувати та провести потужну промо-кампанію, яка адвокатуватиме розгляд споживчих спорів за процедурами АВС.

Загалом, зауважимо, що запровадження розгляду спорів у позасудовому порядку завдяки процедурам АВС матиме успіх при умові розробки належної законодавчої бази та формуванні позитивної репутації системи АВС, яка ґрунтується на професіоналізмі відповідальних осіб, справедливості прийнятих рішень, високих показниках задоволення сторін процесом та результатами розгляду спорів.

Основні правила та вимоги, застосовні до інфраструктури вирішення споживчих спорів онлайн

Регламент спрямовано на розбудову інфраструктури для вирішення споживчих спорів через відповідну онлайн платформу. Сфера дії Регламенту охоплює позасудове вирішення спорів компанією АВС, яку внесено до державного реєстру, у справах, які виникають між споживачем та продавцем за договірними зобов'язаннями, що впливають з онлайн договорів купівлі-продажу товарів/послуг. У цьому контексті «онлайн договір купівлі-продажу або надання послуг» означає будь-який договір купівлі-продажу або надання послуг, за яким продавець прямо або через посередника пропонує товари або послуги через веб-сторінку або інші електронні засоби, а споживач – замовляє такі товари/послуги через веб-сторінку або інші електронні засоби (в тому числі, через мобільні пристрої, зокрема, телефон).

Сфера дії Регламенту також забезпечує функціонал для подання скарг продавцями проти споживачів, якщо у відповідній державі за національним законодавством компанії АВС мають право розглядати такі спори та передбачають процедуру розгляду таких спорів. Однак дія Регламенту не розповсюджується на споживчі спори укладені оффлайн, а також спори між продавцями.

Інфраструктура вирішення спорів онлайн (надалі – «ВСО») представлена у вигляді платформи – інтерактивної веб-сторінки, що є єдиним контактним центром для споживачів та/або продавців, які бажають застосувати позасудову процедуру розгляду спорів, що виникли внаслідок онлайн транзакцій (національних та транскордонних). ВСО платформа засновується на базі вже існуючих компаній АВС, відтак існування кваліфікованих компаній АВС є передумовою функціонування ВСО платформи. Всі компанії АВС, які відповідають критеріям, встановленим національним законодавством з урахуванням вимог Директиви та які є включеними до національного реєстру в установленому законодавством порядку, повинні бути зареєстровані на ВСО платформі.

ВСО платформа повинна (а) надавати загальну інформацію про захист прав споживачів, в тому числі позасудові способи розгляду споживчих спорів (включно через компанії АВС, перелік яких розміщується на ВСО платформі) за онлайн договорами купівлі-продажу та/або надання послуг; (б) передбачати функцію подання скарги шляхом заповнення онлайн форми (розміщується безпосередньо на ВСО платформі) за визначеними вимогами (з урахуванням положень Регламенту) та прикріплення до неї відповідних підтверджуючих документів; (в) містити перелік компаній АВС, які компетентні розглядати відповідну скаргу; (г) при потребі, надавати послуги перекладу; (ґ) надавати електронні форми, через які компанії АВС повідомляють про дату отримання скарги, сутність спору, дату завершення та результати розгляду спору; (д) забезпечувати форму зворотнього зв'язку щодо функціонування ВСО платформи та оцінювання компанії АВС, яка розглядала спір; (е) розміщувати онлайн керівництво щодо подання скарг, дані призначені державою контактних ВСО, а також статистичні дані про онлайн розгляд споживчих спорів, що виникають з електронної торгівлі; (є) забезпечувати можливість безкоштовного використання інструменту управління справою для АВС компаній (не є обов'язковим).

Основна функція ВСО платформи полягає у забезпеченні належної комунікації між сторонами спору та обраною компанією АВС. З цієї точки зору, роль ВСО платформи полягає у належному інформуванні споживача про доступні способи захисту прав, перелік компетентних компаній АВС для вирішення відповідного спору. ВСО платформа інформує відповідача про подання скарги та передає матеріали справи компетентній АВС, на яку погодилися сторони. Якщо сторони не дійшли згоди щодо АВС компанії протягом 30 днів з дати подання скарги, розгляд справи на платформі автоматично припиняється. Автоматичне припинення розгляду скарги платформою не позбавляє споживача права подати скаргу поза платформою (приміром, подати скаргу напряму АВС компанії або звернутися до суду). Компанія АВС розглядає спори за власними належним чином розробленими та затвердженими правилами без або у присутності сторін (в залежності від виду процедури, затвердженої згідно з національним законодавством).

Належне функціонування ВСО інфраструктури передбачає обов'язок онлайн торгівців та маркетплейсів розміщувати посилання на ВСО платформу на своїх веб-сторінках. Онлайн продавці також зобов'язані надавати свої електронні адреси.

Ефективне функціонування ВСО інфраструктури також передбачає виконання певних завдань державою. Так, держава відповідає за запуск та підтримання роботи ВСО платформи, а також доступ до платформи шляхом розповсюдження інформації та посилань на ВСО платформу.

1.2. Практичні аспекти запровадження системи альтернативного вирішення споживчих спорів, що виникають з електронної комерції

Цікаву інформацію для роздумів пропонує Звіт Європейської Комісії та Європейського Парламенту, Ради та Європейського соціально-економічного комітету (від 25 вересня 2019 р.) щодо застосування Директиви 2013/11/EU та Регламенту № 524/2013 (надалі – «Звіт»)¹.

Звітом було надано проміжні підсумки щодо результатів запровадження онлайн ВСО в Європейському Союзі. Так, у Звіті надано певну статистику за обраними типами та моделями компаній та процедур АВС, результатами впровадження онлайн процедур розгляду тощо.

Слід зауважити, що більшість держав обрали підхід відкритого реєстру АВС компаній, тобто систему, за якої АВС компанії можуть бути включені до реєстру, якщо вони відповідають якісним критеріям Директиви в редакції, перенесеної до національного законодавства.

Деякі держави обрали підхід закритого реєстру, за яким національне законодавство імплементувало положення Директиви разом із переліком АВС компаній (додаткові компанії АВС не підлягають реєстрації). У деяких державах з відкритим списком існує законодавча вимога про те, що певні публічні органи по вирішенню спорів, повинні отримати статус сертифікованої АВС компанії. Процедури сертифікації та моніторингу різняться.

Більшість держав визнає прийнятними всі АВС процедури, зазначені в Директиві. Деякі країни виключили можливість споживчого арбітражу. Певні країни передбачили додаткові, більш жорсткі вимоги.

Кількість АВС в державах різниться (від 1 до десятків і сотень). Більшість держав визначили один компетентний державний орган, який здійснює моніторинг діяльності АВС компаній. Практика створення окремих органів поодиноким (приміром, Франція).

Відповідно до Директиви, компанії АВС зобов'язані публікувати щорічні звіти про діяльність (один із можливих способів забезпечення ефективного моніторингу; а в Бельгії, приміром, проводиться щорічний аудит діяльності компаній АВС). У свою чергу, національні компетентні органи повинні звітувати компетентному органу ЄС про діяльність національних компаній АВС, що спонукає національні органи регулярно та належно моніторити ефективність діяльності компаній АВС.

Також Звітом були висвітлені такі недоліки у прописаному обов'язковому функціонуванні системи ВСО: (1) вимога до сторін про погодження АВС компанії до того, як платформа направить спір на розгляд такої АВС компанії на практиці ускладнює доступ до АВС компанії; (2) надання функціоналу платформи, який полягає лише у налагодженні каналу передачі інформації про спір до відповідної АВС компанії, лише частково відповідає потребам користувачів, та не використовує значну додану вартість платформи в рамках сприяння комунікації та прямого врегулювання спору між сторонами. Тобто здобутий досвід чітко демонструє, що перед запуском ВСО платформи необхідно ретельно продумати її функціонал (зокрема, спосіб та обсяг розміщення даних про права споживачів та можливі засоби захисту, варіанти запровадження покращеного функціоналу пошуку та отримання пропозицій щодо оптимального способу захисту прав, пропозиції щодо вдосконалення процесу сприяння прямому вирішенню протиріч між сторонами). Запровадження ВСО платформи повинно супроводжуватися потужною промо-кампанією, за яку, насамперед, відповідає держава.

Отже, Директива та Регламент надали рамкову структуру для подальшого розвитку концепції онлайн вирішення споживчих спорів в електронній комерції в залежності від національних особливостей відповідної держави. Враховуючи, що досвід держав має національні відмінності та залежить від обраного підходу моделі АВС та типу процедури розгляду споживчих скарг, видається розумним більш детально звернутися до бенчмаркінгу після обрання моделі для України. У такому випадку бенчмаркінг стосуватиметься досвіду тих країн, чії моделі/підходи подібні на ті, які Україна визнає для себе прийнятними.

Додаткова інформація:

[Impact of Directive 2013/11/EU on Consumer ADR Quality: Evidence from France and the UK](#)

[Functioning of the European ODR Platform Statistics 2nd year](#)

[Consumer online dispute resolution \(ODR\) – As a key cultural change – mechanism for innovative public administration in EU](#)

[EU Online Dispute Resolution – All Bark and No Bite?](#)

[ODR Redress System for Consumer Disputes Clarifications, UNCITRAL Works & EU Regulation on ODR. Mirèze Philippe](#)

¹ [European E-commerce Report 2019](#)

II. Чинне законодавства та стан формування правозастосовної практики з вирішення споживчих спорів, які виникають із електронної торгівлі, в Україні

На сьогодні в Україні немає законодавства/процедур, які б передбачали спеціальне регулювання розгляду споживчих спорів (в загальному адміністративному/судовому/альтернативному порядку та, зокрема, онлайн), які виникають із електронної комерції. Відтак, такі спори розглядаються за загальними правилами розгляду споживчих спорів, тобто виходячи з положень Цивільного кодексу України, Закону України «Про захист прав споживачів», Закону України «Про електронну комерцію», Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів», Закону України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти», Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». Слід зауважити, що попри схвалення Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів на період до 2020 року (затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 29 березня 2017 року № 217-р) та прийняття нових актів законодавства/грунтовних змін до чинного законодавства України щодо захисту прав споживачів (надалі – «ЗПС»), ефективність системи ЗПС піддається критиці, зокрема через такі фактори:

1. складна реорганізація державної системи ЗПС і об'єднання великої кількості різнорідних функцій в рамках одного органу – Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів (надалі – «Держпродспоживслужба»), внаслідок якої стало очевидним, що Держпродспоживслужба стикається з труднощами при здійсненні нагляду у різних сферах господарської діяльності, зокрема з огляду на розвиток ІТ-технологій та електронної комерції. Така складна система також ставить низку питань щодо дотримання Держпродспоживслужбою вимог комплайенс;
2. занадто бюрократизована та затягнута процедура здійснення державного нагляду у сфері ЗПС (до декількох місяців) – позапланова перевірка суб'єкта господарювання за зверненням споживача вимагає отримання дозволу на проведення (за виключенням харчових продуктів). З одного боку, це було зроблено для зменшення корупційних ризиків та регуляторного навантаження на бізнес, а з іншого – призвело до неможливості оперативного реагування на потенційні порушення, які вимагають перевірки. Видається доцільним, розробити систему критеріїв, виконання яких дозволить проводити перевірки by default, і лише в спірних ситуаціях та випадках встановлених законодавством – отримувати дозвіл на проведення перевірки;
3. істотні складності при розгляді звернення споживача щодо спорів, які впливають з електронної комерції, Держпродспоживслужбою в разі відсутності інформації про продавця та інших підтверджуючих документів, передбачених законодавством (просимо дивитися нижче більш детально);
4. відсутність ефективного, швидкого, справедливого альтернативного способу розгляду споживчих спорів, які впливають з електронної комерції, так само як і відсутність дієвого механізму, який забезпечує пріоритет/скорочений судовий розгляд таких спорів на практиці, що є необхідним, насамперед, внаслідок загального перевантаження судів;

Всі ці міркування надзвичайно важливі для предмету даного документу, адже альтернативна система розгляду споживчих спорів в електронній комерції є частиною загальної інфраструктури ЗПС та певною мірою залежить від неї. Відтак, висновки та рекомендації щодо альтернативного розгляду споживчих спорів, що виникають із електронної комерції, залежатимуть також від загального стану діючої системи ЗПС.

Предмет цього документу не стосується аналізу ЗПС загалом, тому в цьому документі зосередимося лише на практичних аспектах споживчих спорів, які виникають з електронної комерції й зазначимо загальні проблеми ЗПС, які можуть мати помітний вплив на будь-які ініціативи альтернативного розгляду споживчих спорів в електронній комерції.

Особливості споживчих спорів, що виникають з електронної комерції

За відсутності спеціального регулювання, відповідальним державним органом щодо спорів ЗПС, що впливають з електронної комерції, є Держпродспоживслужба. У 2018 році до Держпродспоживслужби надійшло понад 20,9 тис. звернень споживачів щодо порушення їх прав при придбанні продукції, з них понад 1,3 тис. – щодо придбання товарів в інтернет-магазинах².

Системний аналіз законодавства, скарг та звернень споживачів з правочинів, які впливають з електронної комерції, демонструє декілька проблемних питань:

- Чинне законодавство в сфері електронної комерції не поширюється на правочини, якщо однією із сторін є фізична особа, яка не зареєстрована як фізична особа – підприємець, та яка реалізує або пропонує до реалізації товари, виконує роботи, надає послуги з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, крім випадків, коли сторони прямо домовилися про застосування положень ЗУ «Про електронну комерцію» до відповідного правочину (п. 2, ст.1 ЗУ «Про електронну комерцію»).

² У 2018 році до Держпродспоживслужби надійшло понад 1,3 тис. скарг на інтернет-магазини

А от існуюча судова практика не дає належної оцінки цьому положенню законодавства і в загальному порядку розглядає справи про ЗПС у правочинах електронної комерції, які здійснюються через маркетплейси, на яких розміщується сторінка із пропозицією товару до продажу та на якій зазначається загальна інформація (назва, телефон та електронна адреса) продавця, а продає товар та отримує кошти фізична особа, яка може і не бути зареєстрована як підприємець³.

- Норми чинного законодавства України (ЗУ «Про захист прав споживачів» та ЗУ «Про електронну комерцію») встановлюють обов'язки щодо розкриття інформації про особу продавця і товар/послугу виключно для продавців. Власник інтернет-магазину (домену)/маркетплейсу не має обов'язків щодо моніторингу виконання відповідних вимог продавцями та не несе відповідальності за розміщення інформації у неналежному обсязі. Відтак, інтернет-магазини/маркетплейси на своїх сторінках не надають інформацію про організаційно-правову форму, повне найменування та адресу місцезнаходження суб'єкта господарювання-продавця (зазвичай у розділі «Контакти» зазначаються лише номери телефонів та адреси електронної пошти), що призводить до масових порушень прав споживачів та зростання незадоволення споживачів щодо отриманих товарів та послуг. Недостатність даних про продавця істотно впливає на ефективність розгляду звернень споживачів Держпродспоживслужбою, адже доступна інформація про продавців не відповідає вимогам до оформлення звернення споживача.

Як показує судова практика, багато споживачів до кінця не розуміють у кого вони придбали продукцію, і до кого пред'являти претензії, у зв'язку з чим іноді відповідачами можуть зазначати маркетплейси, а не продавці⁴. Це, в свою чергу, призводить до унеможливлення розгляду звернення споживача, поданого проти неналежного відповідача. Такі ж непорозуміння виникають і при настанні гарантійних випадків, коли за відсутності необхідного обсягу інформації відповідачами зазначаються маркетплейси, продавці та навіть компанії гарантійного обслуговування⁵.

Ще одним непростим аспектом електронної торгівлі є нюанси оформлення і отримання фіскального чеку на покупку. Як ми знаємо, на практиці у багатьох транзакціях, покупець отримує підтверджуючий платіжний документ при отриманні замовлення. І тут виникають питання щодо збору доказової бази в разі непоставленого товару та відповідності отриманого платіжного документу. Це породжує додаткові складнощі при поданні звернення до Держпродспоживслужби. Ситуація може змінитися в результаті вдалого опробування та запровадження е-систем РРО. Однак практичне втілення запропонованого механізму можна буде проаналізувати згодом.

- Іншою невирішеною проблемою є те, що інтернет-магазини/маркетплейси часто реалізують споживачам вироби, які не призначені для продажу на території України. Це стосується, насамперед, товару завезеного в Україну нелегально, тобто поза митним контролем. На сьогодні чи не єдиним «засобом правового захисту» є розміщена на веб-сторінці Держпродспоживслужби «Пам'ятка для споживачів, які мають намір здійснити покупку за допомогою електронних (віртуальних) торгових майданчиків чи скористатися послугами інтернет-магазину». Але справжня ефективність та рівень практичного впливу такої пам'ятки, на правду, є доволі скромним⁶.
- Аналіз судових рішень в сфері придбання товарів та послуг через Інтернет показує, що і позивачі, і суди дуже рідко використовують норми ЗУ «Про електронну комерцію» та переважно оперують нормами ЗУ «Про захист прав споживачів». А ось де електронна комерція набирає обертів та згадується найчастіше – це судове врегулювання кредитних послуг, які надаються через Інтернет⁷.

Окреме занепокоєння викликає байдужість судів, Держпродспоживслужби та законодавця до питання відповідальності маркетплейсів за інформацію, яка розміщується на їх майданчиках та за відповідність продавців вимогам законодавства, зокрема про електронну комерцію, під час допуску до розміщення своєї сторінки на маркетплейс. На сьогодні цій ситуації не надано належної правової оцінки та не вжито адекватних заходів регулювання. При збереженні status quo якісні зміни до ситуації неможливі. Лише при умові, що (1) маркетплейси перевірятимуть відповідність законодавчим вимогам продавців, які розміщуються на їхніх електронних майданчиках, (2) віддзеркалюватимуть такі вимоги у своїх правилах користування маркетплейсом, (3) здійснюватимуть регулярний моніторинг інформації розміщеної на маркетплейс та (4) нестимуть відповідальність за невиконання своїх обов'язків щодо перевірки/моніторингу та розробки належних правил користування онлайн майданчиком, можливе якісне покращення ситуації.

Загалом зазначені проблемні питання формують умови, за яких нині ми констатуємо недостатню ефективність системи ЗПС загалом та розгляду звернення споживачів про порушення прав (інтересів) внаслідок правочинів вчинених онлайн.

³ <http://reyestr.court.gov.ua/Review/83653737>

⁴ <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/75425414>

⁵ <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/63654273>, <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/84743522>

⁶ «Пам'ятка для споживачів, які мають намір здійснити покупку за допомогою електронних (віртуальних) торгових площадок чи скористатися послугами інтернет-магазину»

⁷ <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/88401593>; <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/88433021>

Не зважаючи на усвідомлення проблематики та суспільну важливість сфери ЗПС, ініціативи щодо подолання існуючих недоліків чинної системи є поодинокими. Так, у 2017 році до Верховної Ради був поданий «Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про захист прав споживачів» та деяких законодавчих актів України щодо заходів детінізації діяльності суб'єктів електронної комерції» № 6754, який, на жаль, так і не було розглянуто Парламентом⁸, а в 2019 році – відкликано.

Серед основних змін та нововведень законопроекту слід відзначити такі:

- а. вимоги до інформації про продавця – до переліку обов'язкової інформації додати актуальні дані про контактний номер телефону продавця та адресу, за якими приймаються письмові претензії від покупців та вирішуються питання щодо повернення товару;
- б. збільшення розміру штрафів у разі відсутності зазначеної інформації;
- в. запровадження обов'язку чіткої ідентифікації кожного продавця (виконавця, постачальника) товарів, робіт, послуг в системах електронної комерції товарів у випадку розміщення на одному веб-сайті (чи іншому засобі представлення інформації як в мережі Інтернет, так і в інших інформаційно-комунікаційних системах) інформації про товари (роботи, послуги) двох та більше продавців (постачальників, виконавців);
- г. запровадження механізму призупинення доступу до веб-сайту (чи іншого засобу представлення інформації як в мережі Інтернет, так і в інших інформаційно-комунікаційних системах) у випадку порушення вимог щодо обсягу інформації, яка має бути доведена до учасників відносин в сфері електронної комерції, на підставі відповідного рішення Держпродспоживслужби, прийнятого після направлення відповідного припису продавцю (виконавцю, постачальнику) товарів, робіт, послуг (якщо такого можливо встановити) у випадку невиконання такого припису. Передбачити механізм такого призупинення доступу, якщо продавець (виконавець, постачальник) товарів, робіт, послуг неможливо встановити за наданою інформацією. Обов'язок призупинити доступ до веб-сайту на підставі рішення Держпродспоживслужби було запропоновано покласти на постачальника послуг проміжного характеру, який надає доступ до мережі Інтернет (оператора, провайдера). За невиконання такого рішення провайдерів пропонували штрафувати.

Як вбачається з наведеного, законопроект розглядав лише деякі проблемні аспекти та не пропонував змін, які б якісно змінювали ситуацію на краще.

На сьогоднішній день можемо констатувати відсутність активних/помітних дій у даному напрямку та потребу у проведенні ґрунтовної роботи для дієвого та ефективного зрушення у справах ЗПС.

Висновки та рекомендації

Враховуючи наведений аналіз та виходячи із зобов'язань України забезпечити на національному рівні адекватну систему альтернативного вирішення споживчих спорів, що виникають із транзакцій електронної комерції, вбачаємо декілька сценаріїв, які може розглянути Україна:

№	Сценарій	Переваги	Недоліки	Коментарі
1	Розвиток спроможностей Держпродспоживслужби	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вже існуюча інфраструктура розгляду споживчих спорів 2. Визначений статус та процедури розгляду спорів 3. Усталена практика 4. Наявність спеціалістів із досвідом, які вже розглядають споживчі спори 5. Значний напрацьований практичний досвід, який можна використати для розроблення сучасного та практичного технічного завдання ВСО платформи 	<ol style="list-style-type: none"> 1. «Монополія» на розгляд споживчих спорів 2. Перевантаженість функціями, брак ресурсів, зокрема, людських та фінансових 3. Скупчення «в одних руках» різномірних функцій (регуляторних, контролюючих тощо), що негативно впливає на ефективність та підвищує ризики комплаєнс (зловживання повноваженнями тощо) 4. Додаткові витрати на посилення функції розгляду споживчих скарг (ВСО платформа – розроблення та функціонування, додаткові спеціалісти, потреби у навчанні тощо) 	<p>Загалом Держпродспоживслужба органічно вкладається в ідеологію державного органу, який здійснює контроль та моніторинг діяльності компаній ABC та BCO платформи.</p> <p>А от покладання на службу додаткових функцій із розгляду специфічної категорії справ (електронна комерція) в будь-якому випадку вимагатиме перегляду законодавства (це очевидно вже сьогодні і озвучується представниками самої Служби), навчання спеціалістів, збільшення навантаження, збільшення ризиків комплаєнс (мінімізація потребує розроблення інструментів та механізмів стримування, зокрема, шляхом запровадження прозорості та дієвої відповідальності Служби) та необхідність забезпечення онлайн інструменту із фіксації та комунікації даних та матеріалів про споживчі спори, який повинні будуть використовувати маркетплейси (також залишатиметься питання із продавцями, які не є учасниками маркетплейсу).</p>

⁸ [Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про захист прав споживачів» та деяких законодавчих актів України щодо заходів детінізації діяльності суб'єктів електронної комерції](#)

№	Сценарій	Переваги	Недоліки	Коментарі
2	Створення нових спеціалізованих компаній ABC	<ol style="list-style-type: none"> 1. Можливість розбудови системи безпосередньо під ідеологію та специфіку споживчих спорів в електронній комерції 2. Розбудова мережі ABC згідно з обраною для України моделлю та потребами (не обов'язково повинна бути значна кількість компаній ABC; може бути декілька крос-секторальних) 3. Зниження фінансового тиску на державу, адже діяльність компаній ABC може фінансуватися за рахунок власної діяльності (внески продавців тощо) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Істотні зміни до законодавства, починаючи з закону і вниз по вертикалі 2. Фінансування діяльності компаній ABC - потреба знайти модель фінансування та забезпечити її ефективність 3. Необхідність розвивати цей напрямок та переконувати і продавців, і споживачів вирішувати споживчі спори саме онлайн і через компанії ABC - потужна промо-кампанія з боку держави (додаткові зусилля та кошти при непрогнозованому результаті) 	<p>Можна імперативно передати розгляд онлайн скарг споживачів компаніям ABC. Водночас слід пам'ятати, що Директива окремо підкреслює те, що за споживачем повинно зберігатися право звертатися до суду. І це право повинно бути забезпечене і гарантоване державою.</p> <p>При таких умовах є ризик того, що споживачі, не маючи довіри до новостворених компаній ABC внаслідок новизни явища та невизначеності процесу та очікуваних результатів, спрямовуватимуть скарги одразу до суду. Це призведе до стрімкого зростання навантаження судів та затримок у розгляді скарг.</p>
3	Виконання завдань ABC діючими асоціаціями/об'єднаннями/іншими інституціями	<ol style="list-style-type: none"> 1. Існуюча мережа асоціацій/об'єднань в різних сегментах економічної діяльності, а також наявні зв'язки між секторальними асоціаціями 2. Доступна інфраструктура для подальшого налаштування під потреби ABC 3. Сформована репутація асоціацій/об'єднань поміж компаніями відповідного сектору, що полегшує комунікацію та промоцію ABC 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Слабкий розвиток спроможностей критичної кількості існуючих асоціацій/об'єднань, низький рівень довіри до діяльності та репутації таких асоціацій/об'єднань з боку потенційних користувачів 2. Внесення істотних змін до законодавства 3. Розробка моделі фінансування діяльності, пов'язаної зі здійсненням онлайн розгляду споживчих спорів 4. Потреба у потужній кампанії, спрямованій на промоцію ABC через асоціації/об'єднання 	<p>Сумнівно, що ТПП може бути помічним в цьому контексті, враховуючи наявну функцію арбітражу та непристосовану інфраструктуру до нової форми навантаження. Розвиток сценарію ТПП потребуватиме значних змін не лише до законодавства про ЗПС та розгляд споживчих спорів онлайн, але й до законодавства про діяльність ТПП. Це видасться нерациональним, особливо з урахуванням специфіки ТПП як елемента системи інституцій з підтримки торгівлі, які також потребують перегляду та допомоги в частині розвитку спроможностей</p>
4	Розвиток медіації в споживчих спорах	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розбудова моделі та принципів медіації досі триває, тому споживчі спори онлайн можна встигнути вписати у відповідні проекти законодавчих актів 2. Можливість користуватися інфраструктурою медіації, включно з кваліфікованими кадрами (медіаторами), а також засобами та способами медіації 3. Відсутність необхідності окремо «вписувати» онлайн розгляд споживчих спорів у існуючу систему, що неминуче тягне ґрунтовні зміни та ризики неефективності 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Невизначеність моделі медіації та довготривалі безуспішні спроби прийняти закон про медіацію, що породжує правову невизначеність щодо майбутнього медіації загалом. У таких умовах не доцільно ставити завдання щодо вирішення споживчих спорів онлайн в залежність від непередбачуваної ситуації 2. Відсутність інфраструктури медіації загалом 3. Питання фінансування медіації 4. Необхідність формування довіри до такого способу розгляду спорів та здійснення потужної промо-кампанії 	<p>Формування моделі онлайн ABC в системі медіації потребує врахування декількох факторів: (а) вибір типу процедури ABC у спорах, які впливають з електронної комерції, повинен бути суто практичним і керуватися розрахунком потенційної успішності та ефективності; (б) слід зважати на ментальні особливості потенційних користувачів системи онлайн ABC і провести опитування наскільки та за яких умов вони готові передавати свої спори на розгляд в порядку медіації; (в) наскільки та за яких умов продавці готові підписуватися на участь у такому способі розгляду споживчих спорів, враховуючи фінансування, яке вони повинні будуть виділяти; (г) як виглядатимуть гарантії виконання/дотримання результатів медіації і яким чином здійснюватиметься контроль</p>

№	Сценарій	Переваги	Недоліки	Коментарі
5	Запровадження комбінованої системи з урахуванням різних елементів «чистих сценаріїв»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мінімальний обсяг змін на законодавчому рівні 2. Можливість використувати наявну інфраструктуру, включно з кваліфікованими кадрами та напрацюваннями 3. Відсутність потреби у суттєвому додатковому фінансуванні. Потенційна можливість економії коштів внаслідок автоматизації процесів 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зміни до законодавства все ж невідворотні 2. Необхідність забезпечення навчання необхідної кількості спеціалістів, які адмініструватимуть платформу ВСО та системи розгляду спорів онлайн, а також безпосередньо відповідатимуть за розгляд спору по суті 3. Зростання обсягу навантаження на суди, Держпродспоживслужбу, що посилюватиме кадровий «голод» та дефіцит фінансування 	Загалом, цей варіант не є повноцінним сценарієм; радше - кризовим планом дій на перехідний період, доки не буде розроблена та впроваджена повноцінна діюча система АВС/ВСО

Загальні зауваження до запропонованих сценаріїв:

- На сьогодні жоден із «чистих» сценаріїв не має беззаперечних переваг, які могли би на практиці забезпечити ефективність онлайн розгляду споживчих спорів, які виникають із електронної комерції. Тому напрацювання концепції вимагає ретельної підготовки, зокрема шляхом проведення консультацій із зацікавленими особами щодо: (1) поточного стану справ із ЗПС в електронній комерції, оцінки ефективності ЗПС при подальшому здійсненні наявними інституціями; (2) перспектив подальшого розвитку та підвищення ефективності системи ЗПС загалом та аналізу місця онлайн розгляду спорів у ній; (3) проведення опитування щодо прийнятної моделі АВС в електронній комерції в Україні, включно з умовами, на яких продавці та споживачі будуть готові користуватися саме таким способом розгляду споживчих спорів. Окремо слід дослідити, чому ініціативи із створення онлайн АВС не змогли реалізуватися. Приміром, платформа онлайн-вирішення спорів була створена в Україні ще в 2017 році (Pinky Solutions), але далі реалізованих грантів та кількох проведених воркшопів справа не пішла (<https://m.facebook.com/pinky.solutions/>) і на сьогодні все ще можна стати першим користувачем послуги (<http://pinky.solutions>).
- Альтернативний спосіб розгляду спорів онлайн відрізняється від іншого способу розгляду спорів, при якому використовуються інформаційно-комунікаційні технології (надалі - «ІКТ») (в основному для налагодження комунікації), адже відбувається повністю онлайн за власною специфічною процедурою, відтак, неможна називати будь-яку процедуру із застосування ІКТ системою онлайн АВС. Це слід враховувати при аналізі потенційних сценаріїв, які можуть бути запропоновані зацікавленими особами (зокрема, державою).
- Запровадження будь-яких нових форм і моделей АВС потрібно органічно вписати (разом із механізмами реалізації) в існуючу систему розгляду спорів та примусового виконання прийнятих рішень з тим, щоб ця ініціатива, як і багато інших, не залишилася лише на папері. У цьому контексті важливі питання стосуються визначення економічного виду діяльності (на сьогодні це лише консультаційні послуги), встановлення кваліфікаційних вимог до осіб, які здійснюватимуть розгляд (класифікатор професій та випускників закладів освіти), здійснення підготовки/перепідготовки кадрів тощо.
- При виборі будь-якого сценарію розбудови системи альтернативного вирішення спорів до уваги слід брати практику розгляду споживчих спорів судами та ефективність засобів позасудового вирішення спорів в Україні загалом. На сьогодні система dispute resolution в цілому викликає багато запитань, починаючи від строків розгляду і завершуючи неефективними механізмами примусового виконання.
- При виборі сценарію окремо слід дослідити загальні проблеми ЗПС в Європі, щоб розуміти контекст, в якому розроблялася концепція системи АВС для них. Нині в Україні розгляд споживчих спорів судами є безкоштовним та передбачає можливість спрощеної процедури (за певними категоріями спорів навіть без виклику сторін), відтак українські споживачі неохоче звертатимуться до будь-якої альтернативної процедури, особливо такої, що передбачає платний розгляд, якщо тільки вона не пропонуватиме чітких та співрозмірних переваг (час, остаточність рішення, ефективне виконання тощо). Дійсно, тягар фінансування можна перекласти на продавців, але тоді вже їм треба пояснити, в чому може бути їхня вигода. Фінансовий аспект не є єдиним нюансом. Слід пам'ятати, що за Директивою, держава повинна розробити критерії участі компаній АВС в ВСО, а саму ВСО створити вже на існуючій базі АВС. У цьому контексті виникає багато нюансів: (1) що перше - АВС чи ВСО, тобто підходи та послідовність дій щодо створення бази, на якій буде будуватися ВСО; (2) розробка технічної частини ВСО, каналів та правил комунікації компаній/інституцій АВС із ВСО; (3) правила участі компаній/інституцій у ВСО (вимога до інформації, яку повинні надавати покупці; відповідальність за ненадання інформації тощо); (4) форми, результати та наслідки моніторингу діяльності системи АВС/ВСО - наскільки держава може втручатися (через уповноважений орган) та яку відповідальність нести такий уповноважений орган за свої дії/бездіяльність; (5) останнє міркування веде нас до продовження думки, а саме до необхідності встановлення дієвих механізмів відповідальності Держпродспоживслужби,

тоді на неї можна було б покласти серйозні повноваження щодо контролю та моніторингу діяльності ABC/BCO та загалом виправити ситуацію, при якій Держпродспоживслужба наразі не несе відповідальності за свою діяльність (ситуація притаманна державним органам в Україні загалом, однак це не робить конкретно цю ситуацію менш чутливою); (6) встановити критерії, обсяг надання даних та відповідальність маркетплейсів за повноту інформації про продавців, яку вони розміщують на своїй платформі; (7) створити офіційний реєстр компаній ABC та моніторити актуальність даних про продавців, які є членами компанії ABC, займаються електронною комерцією та відповідають вимогам законодавства; (8) вирішити питання зі встановленням особи, яка є продавцем та суб'єктом електронної комерції (відповідальність повинна бути розділена між продавцем та маркетплейсом, на якому він розміщує свої пропозиції) тощо.

- Слід зважати на те, що внаслідок досвіду, який переживає світ через коронавірус, все голосніше звучать думки про бурхливу цифровізацію всіх сфер життя та, передусім, економіки з метою зниження залежності від традиційних (фізичних) форм взаємодії, процесів та комунікації. Відтак, дана тема потенційно може мати набагато більший ефект та вийти далеко за рамки сфери споживчих спорів.

Насправді, питань, які потребують вирішення, набагато більше, ніж розглянуто в цьому документі й всі вони потребують ретельного опрацювання. Однак уже зараз зрозуміло, що алгоритм дій із розбудови системи ABC/BCO в Україні потребує:

- Проведення консультацій з усіма зацікавленими особами для розуміння «червоних ліній» та меж політичної волі з цього питання. Паралельно необхідно встановити потреби бізнесу, насамперед МСП та виміряти їхнє бажання/готовність активно брати участь у розробці та запуску ABC/BCO. Далі, отримані дані необхідно співставити та запропонувати концепцію розбудови ABC/BCO в Україні. На даному етапі концепція повинна визначати основні спільні погляди та принципи відмінності приватного та публічного секторів, та, виходячи з отриманих даних, рекомендувати, який зі сценаріїв слід тестувати.
- Як вже зазначалося, на сьогодні жоден із можливих «чистих сценаріїв» не виглядає більш переконливим порівняно із іншими. Тому пропонується, на підставі концепції запустити в регіонах 3-5 пілотних проєктів із ABC/BCO, які реалізовуватимуть одночасно 2-3 сценарії для того, щоб можна було провести польові вимірювання ефективності. Це дасть можливість на практиці оцінити переваги та недоліки сценаріїв для України, дозволить зробити прицільні та належні зміни до законодавства, які будуть зрозумілими і переконливими (це повинно сприяти якомога скорішому прийняттю необхідних законодавчих змін) та одразу промотуватиме новий спосіб вирішення спорів в регіонах, що дозволить оптимізувати зусилля та витрати на промоцію та адвокатування ABC/BCO під час повномасштабного запуску.
- Необхідно співпрацювати з ІТ сектором з питань розробки та тестування ефективної онлайн платформи.
- Необхідно організувати проведення навчання (у різних формах) щодо підготовки спеціалістів, які розглядатимуть споживчі спори з електронної комерції та загалом користувачів онлайн платформою.
- Повномасштабний запуск ABC/BCO повинен супроводжуватися прийняттям стратегії розвитку цього інструменту на 3-5 років. У цьому документі повинна знайти закріплення офіційна державна політика щодо розвитку ABC/BCO в Україні. Документ повинен передбачати чіткі показники, які держава має на меті досягти, починаючи від розвантаження судів та закінчуючи поглядом в майбутнє онлайн вирішення спорів не лише зі споживчих аспектів електронної комерції. З цієї точки зору, ідеологічно стратегія не повинна передбачати ґрунтовні зміни до законодавства (цей етап вже повинен бути реалізований до прийняття стратегії). Натомість, стратегія повинна викладати бачення оптимальної інфраструктури ABC/BCO, пропонувати завдання і заходи, які заповнюватимуть деякі прогалини або сприятимуть підвищенню ефективності ABC/BCO та надаватимуть перспективу цього механізму зокрема та в якості складової ефективної системи dispute resolution в цілому. Окремим, але дуже важливим елементом стратегії є визначення форми звітування компаній ABC, а також держави за результатами моніторингу із чіткими висновками, рекомендаціями та планом дій за всіма проблемами, які будуть виявлені самими компаніями ABC та/або державою за результатами моніторингу. У цьому контексті доречним виглядає вимога до компаній ABC надавати змістовні звіти про діяльність разом зі статистикою (конфіденційність та захист даних є важливими, але ідеологія викладення може бути взята у судів та Антимонопольного комітету України). Що стосується форми державного моніторингу, протягом строку дії стратегії виглядає доречним проведення аудиту компаній ABC та функціонування системи BCO/ABC та підготовки узагальнення даних про діяльність, статистики, результатів розгляду, тенденцій та рекомендацій щодо вдосконалення системи ABC/BCO.



МІНІСТЕРСТВО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ,
ТОРГІВЛІ ТА СІЛЬСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

#ЕКСПОРТУЙ
EXPORT STRATEGY TEAM



giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



ГРОМАДСЬКА СПІЛКА
ФОНД ПІДТРИМКИ РЕФОРМ В УКРАЇНІ



www.me.gov.ua
exportstrategy@me.gov.ua