

#### 4 Розмежування відповідальності посередника та власника контенту

Ці норми мають бути впроваджені протягом 18 місяців із дня набуття чинності Угоди:

- Якщо під час передачі / зберігання інформації порушено авторські права, провайдер не несе за це відповідальність тоді, коли його функція обмежується лише технічним супроводом.
- Провайдер звільняється від відповідальності, якщо не знає про протиправні дії, а також оперативно вживає заходів закриття / зняття інформації в разі виявлення таких порушень.
- Розмежування відповідальності не позбавляє суд чи орган влади права вимагати від провайдера припинити порушення авторських прав.
- Провайдер не повинен ані здійснювати моніторинг інформації, яку він передає чи зберігає, ані шукати факти порушень. Натомість він може бути зобов'язаний передавати всю інформацію про виявлені незаконні дії та порушників компетентним органам.



#### ЯК СКОРИСТАТИСЯ ПЕРЕВАГАМИ Й УНИКнути РИЗИКІВ?

##### ДЛЯ ЕКСПОРТЕРІВ:

1. Вивчаємо ринок: попит на товар і наявну конкуренцію.
2. Перевіряємо, наскільки товар / послуга є адаптованою до конкретного національного / регіонального ринку.
3. Вивчаємо логістичні можливості та дистрибуцію.
4. Тестуємо інфраструктуру: прийом платежів, захист каналів передачі даних тощо.
5. Консультуємось із партнерами в ЄС, Торговельно-промисловою палатою в Україні про всі документи, необхідні для експорту цього товару до ЄС.
6. Якщо необхідно, отримуємо дозволи та збираємо необхідні супровідні документи як з боку української сторони, так і в ЄС.

#### ДЛЯ ВНУТРІШНІХ ГРАВЦІВ:

1. Запроваджуємо нові технології. Європейські конкуренти будуть приходити із досвідом роботи на більш вибагливих ринках.
2. Шукаємо партнерів в ЄС. Це дозволить не лише залучити нові інвестиції, а й отримати нові технології, доступ до загальноєвропейської інфраструктури.
3. Зосереджуємося на товарах і послугах у нішах, недоступних європейським компаніям. Наприклад, постачання продукції українського виробництва.



#### ДОДАТКОВІ МАТЕРІАЛИ:

1. Угода про асоціацію: <http://goo.gl/4tPSr0>
2. Аналіз впливу Угоди про асоціацію з ЄС на ринок e-commerce: <http://eb.dep145.org.ua/>
3. Загальний огляд змісту Угоди щодо електронної комерції: <http://goo.gl/awjlWw>
4. Поради щодо виходу на іноземні ринки e-торгівлі: <http://goo.gl/E86hVY>
5. Європейська асоціація e-commerce: <http://www.ecommerce-europe.eu/>

[www.europa-torgivlia.org.ua](http://www.europa-torgivlia.org.ua)



Цей матеріал виготовлено в рамках проекту, що фінансується ЄС: «Інформування щодо Угоди про асоціацію між Європейським Союзом та Україною: Що це означає для мене?».



Цей проект фінансується Європейським Союзом



МІНЕКОНОМРОЗВИТКУ

Бенефіціар проекту

KEY Communications

Виконавець проекту



## УГОДА ПРО АСОЦІАЦІЮ З ЄС:

### РОЗШИРЕННЯ КОРДОНІВ ДЛЯ Е-КОМЕРЦІЇ

Як українським Інтернет-компаніям отримати нові ринки збуту, а користувачам – кращий доступ до послуг європейських e-магазинів? Яким чином Угода сприятиме розвитку логістики, платіжних систем і поліпшенню рівня захисту прав споживачів?





## КЛЮЧОВІ ПЕРЕВАГИ УГОДИ ДЛЯ Е-КОМЕРЦІЇ

### Довідка

Угода про асоціацію Україна–ЄС була підписана 27 червня 2014 року. 16 вересня 2014 року Верховна Рада України та Європейський Парламент синхронно ратифікували документ. Проте в повному обсязі він набуде чинності після ратифікації всіма державами-членами ЄС. Практика показує, що в ЄС така процедура, як правило, займає 3-4 роки. Очікується, що зона вільної торгівлі (ЗВТ) між Україною та ЄС запрацює в повному обсязі з 1 січня 2016 року. До цього для українських товарів діятиме режим автономних торговельних преференцій – знижені / обнулені мита на їх експорт до Євросоюзу.

Угода передбачає взаємну лібералізацію торгівлі товарами та послугами, адаптацію українських стандартів до європейських і подальше поглиблення співпраці між Україною та ЄС в економічній, фінансовій, науковій і соціальній сферах. Угода не є прямим кроком до набуття членства у Євросоюзі і водночас не створює проблем для співпраці з іншими країнами.

### 1 Гармонізація умов роботи на українському та європейському ринках

У Європі діяльність з e-commerce регулюється Директивою 2000/31/ЄС. Серед послуг, які регулює цей документ, – інформаційні сервіси (наприклад, Інтернет-газети), онлайн-продаж продуктів і послуг (книги, фінансові, туристичні послуги), професійні послуги (юристи, лікарі, ріелтори), розважальні послуги й основні посередницькі послуги (доступ в Інтернет і передача та хостинг інформації), а також Інтернет-реклама та спонсорство.

Права та рівень захисту онлайн-споживачів, згідно з документом, не поступаються «офлайновому», а вимоги до товарів і послуг – такі ж суворі, як у звичайних магазинах (слід, наприклад, вказувати ціну з податками та витратами на доставку).

В Україні аналогом Директиви 2000/31/ЄС має стати закон «Про електронну комерцію». Нині він перебуває лише на стадії обговорення, тому поки що зарано говорити про його повну гармонізацію з європейськими нормами. Утім, основні норми та положення Директиви прописано в Угоді про асоціацію.

### 2 Збільшення потенційних ринків збуту в понад 10 разів за рахунок країн Європейського Союзу



### 3 Відкриття доступу до державних закупівель ЄС

Більше ніж половина платформ державних закупівель у Євросоюзі проводять електронні торги та приймають електронні заявки. Це суттєво спрощує доступ до закупівель малому та середньому бізнесу. ЄС має намір у найближчі роки довести частку МСБ у держзакупівлях до 25%. Це хороший шанс для українських компаній вийти на європейські ринки. Цьому також сприятиме визнання українських сертифікатів та електронних підписів у ЄС.

### 4 Поштовх для розвитку інфраструктури e-комерції

Завдяки гармонізації законодавчого поля в Україні можуть з'явитися міжнародні платіжні системи, такі як PayPal, європейські оператори логістики, системи захисту інформації. Це наблизить українських виробників та e-посередників до європейських споживачів. А з упровадженням повноцінного 3G-зв'язку система надання електронних послуг стане суттєво доступнішою.



## КЛЮЧОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ Е-ПІДПРИЄМЦІВ:

### 1 Доставка товарів до ЄС

Велика відстань і відсутність розгалуженої логістичної мережі може стати чи не найбільшою перепорою для розвитку e-торгівлі поза межами України. Через невисоку середню вартість власне самого предмету відправлень накладні витрати можуть зробити доставку неконкурентоспроможною.



**Важливо!** При ввезенні товару до ЄС покупець у пункті отримання товару разом зі стартовою ціною сплачує імпортерний ПДВ. А в разі, якщо вартість посилки перевищить 150 євро, сплачується додатковий податок, що різниться від країни та типу продукції.

### 2 Вирішення судових спорів між постачальником і споживачем

У ЄС розгляд таких справ відбувається за законодавством країни, де проживає споживач. Українським компаніям може бути складно захистити свою позицію у європейському суді через високу вартість процесу та незнання законодавства.

### 3 Специфічні вимоги для e-комерції

Згідно з Директивою 2000/31/ЄС до товарів та послуг, що реалізуються через Інтернет, застосовують спеціальні вимоги. Наприклад, окремий розділ присвячено розсилковій електронній рекламі, що надходить на електронну пошту скриньку споживача без його згоди. Вимоги європейського законодавства передбачають, по-перше, однозначне маркування такої реклами таким чином, щоб полегшити її вловлювання спеціальними фільтрами електронної пошти чи сервера, а по-друге, – ведення розповсюджувачем окремого реєстру відмов споживачів-фізичних осіб, які не бажають отримувати такі повідомлення.