

*Дмитрієва Н.О., асистент кафедри міжнародної економіки Університету «КРОК»,  
Голубєва В.О., к.ю.н., доцент, ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,  
Кучеренко В.Р., д.е.н., професор, Одеський інститут фінансів УДУФМТ*

## **ІНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ (НА ПРИКЛАДІ КРАЇН ЄС ТА СНД)**

*Розглядаються інституційні й нормативно-правові аспекти міжнародного регіонального організаційно-правового забезпечення та регулювання електронної торгівлі (на прикладі ЄС та СНД).*

*Рассматриваются институциональные и нормативно-правовые аспекты международного регионального организационно-правового обеспечения и регулирования электронной торговли, на примере ЕС и СНГ.*

*The article covers institutional and normative legal aspects of the international regional organizational and legal support as well as regulation of electronic trade by giving examples of the EU and the CIS.*

*Постановка проблеми.* В епоху стрімкого розвитку інформаційних технологій і новітніх засобів комунікації важко уявити життя без Інтернету, що посідає ключові позиції в усіх сферах життєдіяльності суспільства, особливо в технологічній, економічній, соціальній і навіть політичній. Мережа Інтернет стрімко охоплює все більші території, запроваджуючи нові способи здійснення більшості традиційних суспільних відносин як на національному, так і на міжнародному (всесвітньому та регіональному) рівнях. У цьому аспекті галузь електронної комерції поширюється так само динамічно: на початку століття вона подвоюється щорічно, а наприкінці 2003 р. обсяг світової торгівлі через Інтернет досяг майже 1,25 млрд. дол. Наприклад, у 2011 р. обсяг електронних продажів у США становив близько 5% усіх роздрібних торговельних операцій і сягнув 193,4 млрд. дол. [48]. Таким чином, торгівля через Інтернет є справді зручним і затребуваним явищем, а тому стрімко розвивається та, відповідно, вимагає все нових засобів координації й регулювання.

Унаслідок активного розвитку економічної інтеграції, уніфікації та кодифікації законодавства саме на регіональному рівні (наприклад, у рамках ЄС) виникає потреба у системних дослідженнях проблем електронної торгівлі, її інституційно-правового забезпечення та регулювання. Окрему увагу необхідно приділяти новітнім та перспективним формам організації ведення міжнародного економічного співробітництва у сфері міжнародної електронної торгівлі, при цьому обов'язково враховуючи геополітичне становище держави та її зовнішню (в тому числі зовнішньоекономічну) політику.

*Ступінь розробленості теми.* Теоретико-методологічні, економічні, організаційні, інституційні та правові аспекти електронної торгівлі (комерції, бізнесу) є порівняно новими, тож перебувають на стадії дослідження лише окремих її складових. Деякі аспекти поставленої проблематики висвітлюються в працях іноземних та вітчизняних науковців (економістів та юристів): Б.П. Адамика [1], А.Ю. Берко [31], А.М. Берези [9], В.І. Міщенко [11], Н.В. Міненкової [17], В.Ю. Моченого [19], В.Л. Плєскач [22-24], С. Поленок [25], О.М. Сохацької [32], О.Ю. Кудіна [16], І.І. Дюмулена [7; 8], П.С. Симоновича [30], Л.С. Клімченя [14], О.А. Кобелева [15], М.А. Морозова [12], О.О. Шишлова [39], О.О. Шелепіної [38], Ян. Тіме [34], Б.Н. Паньшина [41], А.В. Юрасова [43; 44], І.Т. Балабанова [2], М.М. Дутова [6], С.В. Петровського [21] та ін.

*Метою* даної статті є дослідження міжнародного багатостороннього інституційного та нормативно-правового забезпечення і регулювання електронної торгівлі на регіональному (міжрегіональному) рівні.

*Вклад основного матеріалу.* Основу характеристик та класифікаційних ознак провідних систем та форм електронної торгівлі становить міжнародна мережева (через Інтернет) взаємодія між її учасниками, важливими рисами якої є глобальність, екстериторіальність, інтерактивність, загальнодоступність, розподіленість, оперативність та динамізм бізнес-процесів [24, С. 61]. Однією з ознак, за якою можна класифікувати електронну торгівлю, є її географічне охоплення (всесвітнє, регіональне, національне), а основними різновидами електронної торгівлі є, наприклад, продаж електронно-інформаційних послуг (інтернет-страхування, трейдинг, банкінг; електронні послуги в міжнародному туризмі та ін.).

Країни Європейського Союзу, системно впроваджуючи новітні технології в усі сфери життєдіяльності, у тому числі й торговельну, на певному етапі зіткнулися з проблемами правового регулювання електронної торгівлі.

Відповідно до досліджень маркетингової компанії «Forrester Research», на початок 2009 р. загальний обсяг операцій у сфері електронної комерції в Європі досяг близько \$2,5 трлн. За прогнозами, у найближчому майбутньому електронна торгівля в ЄС становитиме 20% усього роздрібного товарообігу (у 2001 р. ця частина була лише 1%) [47]. Тому питання правового регулювання зазначеної сфери є дуже актуальним і важливим, так як навіть зараз, не маючи достатнього правового регулювання, торгівля через Інтернет набула неабиякого обсягу на території ЄС. Зміцнення позицій інтернет-економіки пов'язано з очікуваним підвищенням рівня життя населення європейського континенту і збільшенням національного багатства [16].

Узагалі, ЄС є однією з перших регіональних економічних інтеграцій (на рівні міжнародних багатосторонніх співробітництв), що поряд з національними нормативно-правовими базами таких держав як США, Велика Британія, Канада, Японія, прийняла спеціальну нормативну базу у різноманітних сферах електронної комунікації, й електронної торгівлі безпосередньо. У рамках ЄС уже зараз можна говорити про перший досвід правовозастосовної практики законодавства, що регулює діяльність у мережі Інтернет [13, С. 700].

Ще у квітні 1997 р. Європейська комісія виступила з «Європейською ініціативою у сфері регулювання електронної торгівлі», підкресливши, що вигоди від її використання дуже залежать від законодавчої бази, яка задовольняє потреби ділових кіл і населення. Основні характерні риси при створенні правової бази електронної торгівлі в ЄС полягають у необхідності створення системи, яка справді була б ефективно діючою. Важливим є збереження достатніх умов для приватної ініціативності, уникнення надмірності у правовому регулюванні. Окрім того, одним з важливих завдань була необхідність збереження, на засадах традиційної економіки ЄС, рівня захисту прав споживачів, суспільного порядку і т.п. Для реалізації цих завдань було прийнято Директиву 1997/7/ЄС «Про захист споживачів щодо дистанційних договорів (дистанційний продаж)» від 20.05.1997 р. [49].

Для вирішення поставлених завдань ЄС протягом років уживав конкретні заходи у правовій сфері зі створення нормативної бази з урегулювання електронної торгівлі. Ще у 1998 р. Союзом була прийнята Директива «По деякі аспекти електронної торгівлі на внутрішньому ринку» [3]. Основним завданням цієї Директиви було забезпечення умов належного функціонування міжнародної електронної комерції між державами-членами ЄС. Порівняно з Типовим законом ЮНСІТРАЛ ця Директива є документом, що визначає правове регулювання значного кола суспільних відносин у сфері електронної торгівлі. Крім загальних положень, у ньому міститься комплекс норм, які більш детально регулюють окремі питання електронної торгівлі.

Другим, не менш важливим документом, який формує європейське право у сфері електронної торгівлі, є прийнята 13.12.1999 р. Директива ЄС 1999/93/ЄС «Про правові основи Співтовариства для використання електронних підписів» від 13.12.1999 р. [50]. Цей документ найбільш повно врегулював відносини у сфері використання електронних підписів. Це був значний крок уперед країн Європейського Союзу у справі державного регулювання електронної торгівлі. Ціль прийняття цього законодавчого акта – забезпечити ведення бізнесу через Internet.

Таким чином, виокремлюються наступні цілі й принципи правового регулювання електронної комерції на рівні ЄС [13, С. 700]:

- реалізація принципів внутрішнього ринку в частині забезпечення свободи руху послуг інформаційного суспільства;
- забезпечення поваги прав і основних свобод людини в умовах застосування нових засобів зв'язку, включаючи свободу слова, право на недоторканність приватного життя й інші;
- вирішення найважливіших завдань, що сьогодні постають перед ЄС, таких як збільшення зайнятості населення шляхом створення робочих місць в «новій економіці», інноваційний розвиток малого і середнього бізнесу, збільшення інвестицій в наукові дослідження;
- становлення правової визначеності в електронній торгівлі, при дотриманні прав споживача й суспільно важливих інтересів в таких сферах як, наприклад, охорона здоров'я.

8 червня 2000 р. була прийнята Директива 2000/31/ЄС Європейського парламенту та Ради про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку («Директива про електронну торгівлю (комерцію)»). Держави-члени ЄС, згідно з Директивою, зобов'язувалися узгодити своє законодавство до 17.01.2002 р. [3, С. 26]. Також 18.09.2000 р. було прийнято Директиву 2000/46/ЄС «Про заняття, здійснення та нагляд за підприємницькою діяльністю установ у сфері електронних грошей» [51].

Окрім згаданих документів, ЄС прийняв ряд інших правових актів, зокрема, «Про захист споживачів у випадку укладення контрактів на відстані» [27].

У преамбулі Директиви про електронну торгівлю вказано, що: «Розвиток електронної комерції в межах інформаційного суспільства пропонує істотні можливості зайнятості в межах Співтовариства, зокрема, у малих та середніх підприємствах, стимулюватиме економічне зростання й інвестування європейськими компаніями в інноваційні технології, а також може посилити конкурентоспроможність європейської промисловості, забезпечуючи доступ до Інтернету всім громадянам» [3]. Це положення відображає визначені завдання і цілі ЄС щодо законодавства у сфері електронної торгівлі.

Директива забезпечує розвиток внутрішнього ринку ЄС стосовно послуг інформаційного суспільства, під якими розуміються «послуги, що надані за індивідуальним запитом клієнта на відстані, зазвичай за винагороду, засобом електронної передачі та зберігання інформації». Тобто наведене поняття виходить за рамки правочинів, що укладені електронним шляхом, і включає послуги по он-лайн пошуку і наданні інформації, доступу до бази даних, пересилці і зберігання інформації, обміну комерційною інформацією [13, С. 703]. Але таке визначення включає в себе і, в жодному разі, не виключає електронної торгівлі зі сфери регулювання. Також важливим аспектом Директиви є наявність у ст. 2 визначення таких понять як: «заснований постачальник послуг», «споживач», «комерційне повідомлення».

Інше питання, що дія Директиви про електронну торгівлю поширюється на послуги, що надані з території ЄС, і не застосовується до послуг, які надаються третіми країнами. За межами правової дії залишаються питання оподаткування економічної діяльності в Інтернет. Послуги, що надаються електронним засобом на території ЄС, але «ззовні», не оподатковуються, наприклад, податком на додану вартість. Тому 2000 р. Комісія ЄС виступила з проектом змін Шостої Директиви про ПДВ [36, С. 68].

Таким чином, для захисту своїх ринків країни Євросоюзу вирішили зрівняти умови діяльності суб'єктів електронної економічної діяльності, зареєстрованих у союзи та за його межами. Прийнятті ним директиви містять комплекс норм, які регулюють податкові правовідносини. Для цього 07.05.2002 р. була прийнята Директива ЄС 2002/38/ЕС [52]. Вона визначила основні податкові права та обов'язки суб'єктів електронної торгівлі, а також передбачає вимогу до нерезидентів, які надають послуги в електронній формі споживачам на території ЄС – обов'язково зареєструватися як платник податку в одній із держав-членів ЄС на власний вибір з отриманням податкового номера. Нерезидент повинен щомісяця подавати податкову звітність, сплачувати ПДВ з надання послуг кінцевим споживачам на території ЄС і зберігати відповідну податкову документацію. 08 січня 2003 р. Комітет з ПДВ Європейської комісії зробив роз'яснення практичного виконання цієї Директиви. Вони виконані у вигляді ілюстративної таблиці постачань, які підпадають або не підпадають під дію. Наприклад, Директива поширюється на платне завантаження програмного забезпечення, передплату на он-лайн журнали, завантаження аудіо- й відеофайлів, комп'ютерних ігор і т.д. Водночас продаж товарів (книг, CD-дисків, аудіо- відеокасет), послуги юристів і фінансових консультантів, а також викадачів не підпадають під дію документа [5, С. 12].

Слід додати, що порівняно з Типовим законом ЮНСІТРАЛ ця Директива є досить великим документом, який визначає правове регулювання значного кола суспільних відносин у сфері електронної торгівлі. Крім загальних положень, цей документ містить комплекс норм, які детальніше регулюють окремі аспекти електронної торгівлі [33].

Щодо найбільш важливого питання, розглянутого у Директиві про електронну торгівлю, то це, напевно, положення про договори, укладені електронним шляхом, а саме – за допомогою мережі Інтернет. Стаття 9 чітко дає вказівки щодо режиму укладення контрактів: «Держави-члени гарантують, що їх правова система передбачає укладення контрактів за допомогою електронних засобів. Держави-члени також, зокрема, забезпечують, що правові вимоги до процесу укладення контрактів не створюють перешкод для використання контрактів, укладених в електронному вигляді, не призводять до позбавлення таких контрактів законної сили через укладення їх в електронній формі» [3]. Ця стаття відображає наміри європейського законодавства щодо розвитку й упровадження електронних засобів у торгівлю, і економічну діяльність загалом. Окрім того, Директива зобов'язує держави ЄС ліквідувати подібні перешкоди щодо електронних договорів на всіх організаційних етапах – від обговорення й укладання до зберігання електронних оригіналів договорів.

Загальний принцип регулювання договорів, укладених електронним способом, можна визначити як недискримінацію в правовому сенсі винятково на підставі факту «віртуальності» таких договорів. Ліквідація перешкод надасть договорам, укладеним електронним способом, юридичну силу на рівні з договорами, укладеними традиційним способом [13, С. 704].

Але Директива про електронну торгівлю не скасовує всіх перешкод щодо укладання договорів через Інтернет. У національному законодавстві кожної країни можуть бути встановлені певні вимоги до таких контрактів, але тільки такі вимоги, що можуть бути виконані при такому електронному способу купівлі-продажу. До них можна віднести вимоги із забезпечення ідентифікації особи й гарантії незмінності документа, що, в силу особливостей електронного договору, скріплюється електронним підписом.

Для подібних цілей у Преамбулі Директиви з електронної торгівлі (п. 11) наголошується, що чинне законодавство ЄС у сфері захисту прав споживачів повною мірою застосовується до електронної торгівлі. Йдеться, наприклад, про такі акти як Директива Ради 1993/13/ЕЕС від 05.04.1993 р. про нечесні строки в контрактах споживачів, Директива 1997/7/ЕС Європейського парламенту та Ради від 20.05.1997 р. про захист прав споживачів стосовно контрактів, які укладаються на відстані [46]. Так, у ст. 5-6 Директиви про захист прав споживачів регламентуються обов'язки продавця вказати інформацію щодо можливості і строків розірвання договору, географічну адресу, за якою споживач може подавати скарги щодо товару, а у ст. 8 – про розрахунок платіжною картою.

Наведені документи є надважливою складовою захисту споживачів у сфері укладання контрактів, що, у принципі, є характерним для законодавства ЄС. Також цікавим є регламентація в законодавстві ЄС розсилки не запрошених комерційних повідомлень, тобто так званого спаму. Рекламні листівки (повідомлення), що у великих кількостях отримуються споживачами, являють собою вторгнення в їхнє особисте життя й викликають обгрунтоване обурення отримувачів. Проте це один із найефективніших способів просування товарів і послуг у мережі Інтернет, а отже, він у принципі сприяє розвитку електронної торгівлі [13, С. 705].

Ст. 2 Директиви щодо використання даних особистого характеру вказує, що «особисті дані означають будь-яку інформацію щодо ідентифікованої чи не ідентифікованої фізичної особи; ідентифікованою особою є особа, яка може бути прямо чи опосередковано ідентифікована, в тому числі шляхом вказівки на ідентифікаційний номер або один чи більше факторів, притаманних її фізичній, фізіологічній, розумовій, економічній, культурній чи соціальній ідентичності» [4].

Як бачимо, визнання юридичної сили електронних договорів має позитивні наслідки, але спричиняє нові проблеми. Саме факт визнання договорів, укладених через мережу Інтернет, юридично рівними зі звичайними договорами, викликає певні питання й суперечності. Значна кількість правочинів, укладених через Інтернет, включають наявність іноземного елемента, що й викликає низку непорозумінь, які належать до сфери міжнародного приватного права. А саме, виникає питання щодо законодавства, яке має бути застосованим. Положення щодо колізії законів уніфіковані спеціальним актом права Європейського Союзу, розробленим Римською Конвенцією 1980 р. про право, що застосовується до договірних зобов'язань. Так, ст. 1 даної Конвенції вказує, що «Правила цієї Конвенції застосовуються до договірних зобов'язань у будь-якій ситуації, пов'язаній із вибором між законами різних країн». Далі, у ст. 3, ідеться про те, що Договір регулюється правом, обраним сторонами. Вибір має бути відображений або показаний з достатньою впевненістю у відповідності з умовами договору або обставинами справи. За власним вибором сторін може бути обране право, що застосовується до всього або тільки частини контракту [35]. Тобто Договір закріплює принцип автономії волі сторін. А за відсутності домовленості сторін про застосоване право застосуванню підлягає право тієї країни, що має найбільш тісний зв'язок з правочинном. Проте насправді застосування автономії волі в електронних договорах ставиться під сумнів ст. 7 цієї самої Конвенції, що містить застереження про неможливість виключення сторонами при виборі права імперативних норм, чинних у країні споживача. Кількість таких норм у даній сфері, у тому числі й унаслідок імплементації Директив ЄС, викликає сумніви щодо можливостей реального вибору права сторонами при реалізації принципу автономії волі [13, С. 706]. З цього приводу існували пропозиції про внесення норми щодо застосування права країни продавця, але це стає неможливим у зв'язку з положенням преамбули Директиви про електронну торгівлю, де вказується про її належність до сфери міжнародного приватного права.

Інше питання – колізії юрисдикцій, питання міжнародної підсудності. Ця колізія повинна вирішуватися відповідно до Регламенту Ради ЄС 2000 р. Регламент постановляє, що у випадку спору між споживачем однієї держави ЄС і постачальником іншої держави ЄС споживач вправі звертатися до суду за місцем проживання, про що йдеться в ст. 16 [29]. Також необхідно згадати про Директиву 2002/58/ЄС від 12.07.2002 р. «Про обробку персональних даних та охорону таємниці приватного життя в секторі електронних комунікацій» (Директива про приватність та електронні комунікації) [53] та Резолюцію Європейського парламенту «Про безпечне використання Інтернету й нових on-line технологій» від 02.12.2004 р.

Зазначимо, що директиви ЄС не вимагають сертифікації засобів створення підпису, не обмежують сфери використання електронних підписів (допускається лише можливість, у разі необхідності, зазначати обмеження щодо розміру угод, при яких можуть бути використані сертифікати), не висувають вимог до сертифікуючого сервіс-провайдера про наявність статусу юридичної особи. Загалом директиви ЄС у сфері е-торгівлі відповідають основним положенням, сформульованим в актах ООН [38, С. 17].

Іншим регіональним утворенням, у межах якого відбувається спроба врегулювання сфери електронної торгівлі, є Співдружність Незалежних Держав.

Формування масового ринку електронних сервісів та задоволення великого попиту на послуги електронної торгівлі, а також функціонування соціальних комунікацій та різноманітних електронних прикладних програм (дистанційне навчання, телемедицина, електронний контент у сфері підприємництва, культури, мистецтва) у державах СНД давно стало назрілою проблемою.

Згідно з рішенням Ради глав урядів СНД від 24.11.2006 р. було затверджено Стратегію співробітництва держав-учасниць СНД у сфері інформатизації (далі – Стратегія) та План дій щодо її реалізації на період до 2010 р. (далі – План), які визначали перспективи співпраці у сфері розвитку ІКТ та побудови міждержавного інформаційного суспільства. У реалізації Стратегії та Плану, а також створенні мережі Міждержавних інформаційно-маркетингових центрів (МІМЦ), беруть участь сім держав-учасниць (окрім Азербайджану, Туркменістану, Узбекистану та України), які щорічно розглядають хід виконання Стратегії та Плану на засіданнях Координаційної ради країн з прийняттям відповідних рішень.

Сьогодні між країнами СНД розгорнута мережа МІМЦ, яка надає учасникам торгівлі електронні сервіси під торговою маркою «ContentNet»ТМ для просування товарів і послуг на ці ринки. В інформаційному просторі «ContentNet» може зареєструватися будь-хто – міністерства та відомства, підприємницькі структури, фізичні особи СНД.

Основними напрямками реалізації Стратегії є:

- національні стратегії, програми та проекти інформатизації, а також міжнаціональні програми й проекти, що здійснюються на двох- і багатосторонній основі у складі Плану щодо забезпечення сприятливих умов для розвитку торговельно-економічних зв'язків та електронної торгівлі;

- формування й розвиток інфраструктури ринків товарів та послуг держав-учасниць, при якому забезпечується рівноправний, з мінімальною кількістю посередників, доступ на ці ринки учасників електронної торгівлі. Наприклад, розміщення реклами та участь у рейтингах продажів, сприяння розвитку коопераційних зв'язків між країнами;

- координація діяльності МІМЦ як сполучних ланок між виробниками і споживачами товарів, усунення інформаційних бар'єрів між учасниками міжнародної торгівлі, формування та оперативне надання інформації про кон'юнктуру і потенційні можливості товарних електронних ринків;

- залучення в процес приєднання до «цифрових можливостей» широкого кола національних та іноземних користувачів: державних установ, підприємств, організацій і населення; створення нових електронних ринків послуг, пов'язаних з електронними сервісами (маркетинговими, фінансовими, страховими, логістичними) та глобальними системами обміну інформацією, знаннями й інноваціями.

Для вирішення цих завдань широко використовуються комунікаційні можливості Інтернет і сучасні ІКТ. Система МІМЦ представлена мережею інтегрованих інтернет-порталів, які поширюють серед користувачів торгіву і маркетингову інформацію про продукцію та виробників країн СНД, аналітичні дані про стан ринків і послуги міжнародної логістики, технічну підтримку щодо забезпечення виконання електронних угод.

При цьому найбільшої уваги в МІМЦ заслуговують дві технологічні складові: уніфікована система обміну інформацією (економічною, комерційною, фінансовою) та можливість розгортання будь-яких Web-сервісів на базі електронного реєстру. Система обміну інформацією забезпечує ефективне впровадження найрізноманітніших прикладних заходів (електронного документообігу, електронної звітності, он-лайнного аналізу даних та ін.).

2010 р. Російська Федерація разом із секретаріатом Комісії Митного союзу приступила до змістовного коригування планів створення міждержавної мережі МІМЦ з урахуванням першочергових рішень, які приймаються в рамках підготовки і підписання Угоди про застосування інформаційних технологій при обміні електронними документами в системах електронної торгівлі на єдиній митній території Митного союзу в рамках Євразійського економічного співтовариства.

У ряді країн-учасниць СНД на національному рівні мережі МІМЦ вже реально працюють з виходом як на учасників національної торгівлі, так і на інші країни. Позитивні результати отримані в Білорусі, Росії та Україні. Зокрема, в Україні завершуються технологічні роботи щодо створення мережі МІМЦ. Вона ефективно і з мінімальними затратами забезпечуватиме розміщення інформації, перенесення бізнесових і суспільних процесів в Інтернет, що незабаром сприятиме остаточному вирішенню завдань інтеграції мереж МІМЦ серед країн СНД. Вихід до міжнародної мережі такого Центру забезпечується завдяки сполученню з МІМЦ країн СНД.

Зауважимо, що строк реалізації Програми створення МІМЦ закінчився ще 2008 р. Тому триває робота зі створення цієї мережі відповідно до нових проектів – Угоди про співробітництво держав-учасниць СНД у створенні, використанні та розвитку міждержавної мережі МІМЦ для просування товарів і послуг на національні ринки та Положення про Робочі групи високого рівня з розвитку міждержавної мережі МІМЦ та електронної торгівлі для просування товарів і послуг на національні ринки держав-учасниць СНД. Ці документи були розглянуті і прийняті главами урядів семи країн СНД 21.05.2010 р.

На думку експертів, створення в перспективі оптимальної інфраструктури МІМЦ дозволить лише у державному секторі підвищити ефективність використання бюджетних коштів на 15-20% з держзакупівель та на 35-40% знизити витрати промислових підприємств на організацію збуту своєї продукції [20; 25; 45; 42].

Висновки. Торгівля через мережу Інтернет набула неабиякого обсягу на території ЄС. Основні характерні риси при створенні правової бази електронної торгівлі в Європейському Союзі полягають у збереженні достатніх умов для приватної ініціативності, уникнення зайвої надмірності у правовому регулюванні. Окрім того, одним з найважливіших завдань залишається необхідність збереження рівня захисту прав споживачів та громадського порядку.

Щодо СНД, то в перспективі головним результатом удосконалення й роботи мережі МІМЦ має стати створення сучасної інфраструктури торговельно-логістичних та електронно-інформаційних систем країн СНД. МІМЦ відкриває серйозні можливості для ліквідації проблем «цифрового розриву», властиву країнам СНД, та для подальшого розвитку різноманітних прикладних ІТ-розробок – електронного бізнесу, комерції, торгівлі, дистанційного навчання, телемедицини, паспортно-візових документів нового покоління, електронного урядування, інформаційної безпеки, а також сприятиме розвитку нових видів соціально-економічних та комунікаційних відносин між країнами на базі глобальних інформаційних мереж.

Не можна не згадати й про Модельний закон країн-учасниць СНД від 09.12.2000 р. «Про електронний цифровий підпис» [18] та Угоду про співробітництво держав-учасниць СНД у боротьбі зі злочинами у сфері комп'ютерної інформації від 01.06.2001 р., що є прикладами регіональної уніфікаційної діяльності в даній сфері. Зазначений Модельний закон мав стати метою регіональної уніфікації та забезпечення правових умов для використання цифрових підписів. Відповідно до ст. 1 передбачається використання аналога власноручного підпису – електронного цифрового підпису з системою закритого та відкритого ключів. Крім того, передбачено обов'язкову участь у правовідносинах центру реєстрації (юридичної особи зі спеціальною ліцензією) відкритого ключа (ст.ст. 2, 9), що має підтверджуватися сертифікатом, виданим даним центром. Про цьому в ст. 20 йдеться, що іноземні свідчення на відкритий ключ електронного цифрового підпису в більшості випадків не мають юридичної сили. У результаті регіональної уніфікації в рамках СНД не відбулося, бо деякі держави пішли шляхом суворої регламентації даної сфери (Молдова, Росія, Киргизстан, Таджикистан), а інші надали перевагу ліберальнішим методам та технологіям (Білорусь, Україна) [38, С. 16-17].

Отже, більш тісні зв'язки між державами на регіональному рівні дають змогу ефективніше і простіше врегульовувати складні питання електронної торгівлі, особливо в рамках інтеграційних (економічних і неекономічних) процесів, іноді навіть на наднаціональному рівні. Активно на міжнародному рівні країни співпрацюють, насамперед, у рамках міжнародних регіональних організацій (економічних інтеграцій). В останні роки країни ініціювали створення багатосторонньої основи співробітництва в регіонах щодо врегулювання та забезпечення інституційно-правового сфери електронної торгівлі.

## Література

1. Адамик Б. П. Банківські електронні послуги : Навч. пос. / Б. П. Адамик. – Тернопіль : Карт-бланш, 2005. – 94 с.
2. Балабанов І. Т. Інтерактивний бізнес / І. Т. Балабанов. – СПб., 2001. – 342 с.
3. Директива 2000/31/ЄС Європейського парламенту та Ради від 08 червня 2000 року про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема електронної комерції, на внутр. ринку // The Directive 2000/31/EU of 08 June 2000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ec.europa.eu>.
4. Директива по використанню даних особистого характеру №95/46 // ОJ. – 1995. – L 281. – Ст. 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ec.europa.eu>.
5. Дмитрієва Н. О. Оподаткування електронної торгівлі в умовах економічної глобалізації: сучасний стан, проблеми та їх вирішення / Н. О. Дмитрієва // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2010. – № 1. – 138 с.
6. Дутов М. М. Правове забезпечення розвитку електронної комерції : Дис. ... канд. юрид. наук / М. М. Дутов. – Донецьк, 2003. – 196 с.
7. Дюмулен І. І. Всемирная торговая организация от А до Я: Терминологический справочник : Учебное издание / И. И. Дюмулен. – М. : ВАВТ, 2006. – 215 с. – (Модульная серия «Экономист-международник»).
8. Дюмулен І. І. Международная торговля услугами / И. И. Дюмулен. – М. : Изд-во «Экономика», 2003. – 315 с.
9. Електронна комерція : Навч.-метод. пос. для самостійного вивч. дисц. / А. М. Береза, І. А. Козак, Ф. А. Левченко, В. М. Гужва, В. С. Трохименко. – К. : КНЕУ, 2004. – 108 с.
10. Електронна комерція : Підручник / В. Л. Плєскач, Т. Г. Затонацька. – К. : Знання, 2007. – 535 с.
11. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг / В. І. Міщенко, А. В. Шаповалов, Г. В. Юрчук. – К. : Знання, 2003. – 278 с.
12. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника : Учебник. – 2-е изд., стереотип. / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – М. : Академия, 2004. – 240 с.
13. Кашкин С. Ю. Право Европейского Союза: Учебник для вузов. – 3-е изд., перераб. и доп. / под ред. С. Ю. Кашкина. – М. : Изд-во «Юрайт», 2010. – 1119 с.
14. Климченя Л. С. Электронная коммерция : Уч. пос. / Л. С. Климченя. – Минск : Вышэйшая школа, 2004. – 191 с.
15. Кобелев О. А. Электронная коммерция : Уч. пос. – 2-е изд., перераб. и доп. / О. А. Кобелев под [ред. С. В. Пирогова]. – М. : Дашков и К, 2006. – 684 с.
16. Кудіна О. Ю. Розвиток електронної торгівлі в умовах становлення глобального інформаційного простору [Електронний ресурс] // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – №1(4). – 2011. – Режим доступу : <http://korolenko.kharkov.com>.
17. Миненкова Н. В. Международно-правовое регулирование электронной торговли : Автореферат дис. ... канд. юрид. наук / Н. В. Миненкова. – М., 2008. – 26 с.
18. Модельний закон Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ от 09.12.2000 г. «Об электронной цифровой подписи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : Справочная правовая система «Гарант».
19. Моченов, В. Ю. Правовое регулирование электронной коммерции : Дис. ... канд. юрид. наук / В. Ю. Моченов. – М., 2006. – 175 с.
20. О ходе реализации Межгосударственной программы создания сети информационно-маркетинговых центров для продвижения товаров и услуг на национальные рынки государств-участников [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [rcc.org.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=606&Itemid=1485](http://rcc.org.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=606&Itemid=1485).

21. Петровський С. В. Правовое регулирование оказания Интернет-услуг : Дис. ... канд. юрид. наук / С. В. Петровський. – М., 2002. – 204 с.
22. Плескач В. Л. Интернет-трейдинг та особливості надання інформаційних послуг на фінансових ринках / В. Л. Плескач // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2006. – №12. – С. 77–81.
23. Плескач В. Л. Технології електронного бізнесу : Монографія / В. Л. Плескач. – К. : КНТЕУ, 2004. – 223 с.
24. Плескач В. Л., Затоначка, Т. Г. Електронна комерція : Підручник / В. Л. Плескач, Т. Г. Затоначка. – К. : Знання, 2007. – 535 с.
25. Поленок С. Електронний ринок стає реальністю. [Електронний ресурс] / С. Поленок. – Режим доступу : [http://content.net.ua/thesaurus/methodology/model/elec\\_market.html](http://content.net.ua/thesaurus/methodology/model/elec_market.html).
26. Про деякі правові аспекти послуг інформаційного суспільства, в тому числі електронної комерції, на внутрішньому ринку [Електронний ресурс] // Директива Ради Європейського Союзу від 08.06.2000. – Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua/>.
27. Про захист споживачів у випадку укладення контрактів на відстані [Електронний ресурс] // Директива Європейського Союзу від 20.05.1997. – Режим доступу : <http://www.ligazakon.ua/>.
28. Про правові підстави для використання електронних підписів [Електронний ресурс] // Директива Європейського Союзу від 13.12.1999. – Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua/>.
29. Регламент Ради ЄС №44/2001 від 22 грудня 2000 року про юрисдикцію і визнання та виконання судових рішень у цивільних і комерційних справах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eur-lex.europa.eu>.
30. Симонович, П. С. Правовое регулирование отношений, связанных с совершением сделок в электронных информационных сетях России, США и ЕС : Дис. ... канд. юрид. наук / П. С. Симонович. – М., 2004. – 173 с.
31. Системи електронної контент-комерції : Монографія / А. Ю. Берко, В. А. Висоцька, В. В. Пасічник. – Львів : Вид-во Нац. унів. «Львівська політехніка», 2009. – 612 с.
32. Сохацька О. М. Біржова справа : Підручник. – 2-ге вид., зі змін. й доп. / О. М. Сохацька. – Тернопіль : Карт-бланш; - К. : Кондор, 2008. – 341 с.
33. Стахєєва О. О. Електронна комерція у контексті укладання договору міжнародної купівлі-продажу товарів [Електронний ресурс] / О.О. Стахєєва // Наук. конф. – К. : ІМО, 2010. – Режим доступу: <http://www.jg.kiev.ua>.
34. Тиме Ян. Дистанционная торговля / Ян Тиме; пер. с нем. Л. А. Болховитиной; научн. ред. : А. В. Иванов. – М.: Вершина, 2006. – 384 с.
35. Типовий закон ЮНСИТРАЛ. «Про електронну торгівлю» від 30.01.1997 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unictral.org/english/documents>.
36. Толстопятенко Г. П. Европейское налоговое право : Учеб. пособие / Г. П. Толстопятенко. – М., 2001. – 207 с.
37. Угода про співробітництво держав-учасниць СНД в боротьбі зі злочинами у сфері комп'ютерної інформації від 01.06.2001 р.
38. Шелепина Е. А. Правовые аспекты электронного документооборота : Автореф. дис. ... канд. юрид. наук / Е. А. Шелепина. – М., 2007. – 29 с.
39. Шишлов А. А. Международно-правовое регулирование электронной связи в Европейском Союзе : Дис. ... канд. юрид. наук / А. А. Шишлов. – М., 2010. – 188 с.
40. Електронная коммерция : Учебное пособие / Под общей ред. Л. А. Брагина. – М. : Экономистъ, 2005. – С. 89-114.
41. Електронная торговля в СНГ в восточноевропейских странах // Материалы VII междунар. науч. конф., 09 ноября 2005 г., Минск / Отв. ред. Б. Н. Паньшин. – Минск : БГУ, 2001. – 255 с.
42. Великомыслов Ю. Я., Равлик А. В. Пособие по защите Ваших прав в сети Интернет. [Електронний ресурс] / Ю. Я. Великомыслов, А. В. Равлик // Allpravo.Ru. – 2005. – Режим доступу: <http://allpravo.ru/library/doc2044/>.
43. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции : Учебник / А. В. Юрасов. – М. : Горячая линия – Телеком, 2008. – 480 с.
44. Юрасов А. В. Електронная коммерция : Учеб. пособие / А. В. Юрасов. – М. : Дело, 2003. – 480 с.
45. Cognitive Technologies: Создание Межгосударственного информационно-маркетингового центра (МЙМЦ) государств-участников СНГ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cnews.ru/reviews/free/gov2005/case/pro2.shtml?print>.
46. European Commission : Official web-site [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ec.europa.eu>.
47. Forester Research. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.foresterresearch.com>.
48. Retail Studio [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.retailstudio.org>.
49. The Directive 1997/7/EU of 20 May 1997 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu>.
50. The Directive 1999/93/EU of 13 December 1999 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu>.
51. The Directive 2000/46/EU of 18 September 2000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu>.
52. The Directive 2002/38/EU of 7 May 2002 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ec.europa.eu>.
53. The Directive 2002/58/EU of 12 July 2002 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu>.