

Державний торговельно-економічний університет визначає європейський вектор розвитку електронної комерції

Значні трансформації в суспільстві, що сталися протягом останніх років, процеси євроінтеграції створили передумови для стрімкої цифровізації усіх сфер життя в Україні. Високий рівень поширення мережі Інтернет в Україні суттєво сприяв пришвидшенню темпів міграції бізнесу до віртуального середовища, а цифровізація як концепція економічної діяльності обумовила формування нового контуру глобального соціально-економічного простору.

Важливість проведення досліджень проблематики цифрової трансформації суспільства навіть у сучасних реаліях воєнного стану для нашого університету є надзвичайно високою. Група науковців ДТЕУ під керівництвом А. А. Мазаракі разом з партнерами вже третій рік поспіль проводять дослідження цього питання, що безумовно відповідає європейським програмам розвитку, національним стратегічним завданням.

Основні висновки та результати науково-дослідної роботи впроваджено у багатьох державних установах та на підприємствах вітчизняного бізнесу. Серед здобутків авторського колективу хочеться акцентувати увагу на розробленому національному стандарті ДСТУ-П 9172:2021 «Настанови з електронної комерції. Основні положення», що набув чинності в минулому році. Нормативний документ підготовлено з метою підвищення рівня розуміння, прозорості, відповідальності, оперативності та доступності онлайн-транзакцій, тим самим покращуючи довіру споживачів до електронної комерції та зменшуючи кількість скарг і суперечок, пов'язаних з цим сектором економіки України.

Цей стандарт не тільки надає керівні настанови суб'єктам електронної комерції, які впроваджують, підтримують та вдосконалюють свої внутрішні процеси та політики, пов'язані з комерційною практикою, від бізнесу до споживача та між самими споживачами, але й більш широко для країни у світ цифровізації усіх сфер життя.

**Здобувач ступеня «доктор філософії» освітньо-наукової
програми «Менеджмент» Олег ЦІЛЬВІК**

НАЦІОНАЛЬНИЙ СТАНДАРТ УКРАЇНИ

ДСТУ-П 9172:2021

НАСТАНОВИ З ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Основні положення

Видання офіційне

Київ
ДП «УкрНДНЦ»

2022

ЗМІСТ

	с.
Вступ	V
1 Сфера застосування	1
2 Нормативні посилання	1
3 Терміни та визначення понять	1
4 Заходи перед купівлею	3
4.1 Загальні положення.....	3
4.2 Створення контенту.....	3
4.2.1 Загальні вимоги	3
4.2.2 Інформація щодо продавця	4
4.2.3 Інформація щодо продукції та/або послуг	4
4.2.4 Інформація, що пов'язана з транзакцією.....	5
4.3 Трансляція (доставляння) контенту.....	5
4.3.1 Загальні положення	5
4.3.2 Інтерфейс користувача	5
4.3.3 Принципи дизайну	6
4.3.4 Мови.....	6
4.4 Керування контентом.....	6
4.4.1 Загальні положення	6
4.4.2 Ресурси для керування контентом.....	6
4.4.3 Заборонений контент	6
5 Заходи під час купівлі	7
5.1 Загальні положення.....	7
5.2 Заходи перед оплатою.....	7
5.3 Заходи щодо оплати.....	8
5.3.1 Загальні положення	8
5.3.2 Засоби оплати	8
5.3.3 Підтвердження оплати	9
5.3.4 Безпека платежів.....	9
5.3.5 Підтвердження замовлення.....	9
5.3.6 Розрахункові документи.....	10
5.3.7 Гарантійні зобов'язання.....	10
5.4 Заходи після оплати	10
5.4.1 Загальні положення	10
5.4.2 Управління ризиками	10
5.4.3 Недоступність продукції та послуг.....	11
5.4.4 Дефекти та вилучення продукції	11

6	Заходи після купівлі	11
6.1	Загальні положення.....	11
6.2	Виконання.....	11
6.3	Доставлення	11
6.3.1	Час доставлення.....	11
6.3.2	Поводження з продукцією під час доставлення.....	12
6.3.3	Оплата під час доставлення	12
6.3.4	Самовивіз.....	12
6.3.5	Інформація про доставлення.....	12
6.3.6	Підтвердження доставлення	12
6.3.7	Не вдалося виконати доставлення	12
6.4	Відстеження продукції	13
6.5	Повернення, відшкодування та обмін.....	13
6.5.1	Загальні положення	13
6.5.2	Повернення продукції.....	13
6.5.3	Відшкодування завданої шкоди.....	13
6.5.4	Обмін продукції.....	13
7	Підтримка споживачів	13
7.1	Загальні положення.....	13
7.2	Загальне поведження із запитамі.....	13
7.3	Опрацювання зворотного зв'язку.....	14
7.4	Робота зі скаргамі.....	14
7.5	Вирішення спорів	14
8	Верифікація продавця.....	15
8.1	Загальні положення.....	15
8.2	Електронний торговельний майданчик та продавці.....	15
8.2.1	Ідентифікація продавців	15
8.2.2	Системи моніторингу.....	15
8.2.3	Контент для продавців	15
8.3	Продавці та споживачі	16
	Додаток А (довідковий) Бібліографія.....	17