

УДК [336.542:341]:338

Татьяна Александровна Горупа¹, Полина Александровна Андреюк²

¹канд. юрид. наук, доц., зав. каф. гражданско-правовых дисциплин

Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина

²студент 4-го курса юридического факультета

Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина

Tatsiana Gorupa¹, Polina Andreyuk²

¹Candidate of Legal Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Civil Law Disciplines
of Brest State A. S. Pushkin University

²4-th Year Student of the Faculty of Law

of Brest State A. S. Pushkin University

e-mail: ¹gorupa.brsu@mail.ru; ²andreukpolina@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ ЗАЩИТЫ ОТДЕЛЬНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ*

Научное теоретико-правовое и прикладное исследование посвящено выявлению особенностей защиты прав потребителей в сфере электронной торговли. Авторы определяют цифровую торговлю как часть цифровой экономики. Показаны особенности реализации таких прав потребителей в сфере электронной торговли, как право на информацию о товарах и их продавцах, право на безопасность товаров, право на защиту нарушенных прав потребителей. Сформулированы рекомендации по совершенствованию законов Республики Беларусь «О рекламе», «О защите прав потребителей», внесены предложения по созданию в ЕАЭС онлайн-площадок для разрешения потребительских споров.

Ключевые слова: права потребителей, электронная торговля, цифровая торговля, право на информацию о товарах, право на безопасность товаров, цифровые права, право на защиту.

Features of Protecting Individual Consumer Rights in the Field of Electronic Commerce: Theoretical and Applied Aspects

Scientific theoretical, legal and applied research is devoted to identifying the features of protecting consumer rights in the field of electronic commerce. The authors define digital trade as part of the digital economy. The features of the implementation of such consumer rights in the field of e-commerce as the right to information about goods and their sellers, the right to product safety, and the right to protect violated consumer rights are shown. Recommendations for improving the laws of the Republic of Belarus «On Advertising», «On Protection of Consumer Rights» were formulated, proposals were made for the creation of online platforms in the EAEU for resolving consumer disputes.

Key words: consumer rights, e-commerce, digital commerce, right to product information, right to product safety, digital rights, right to protection.

Введение

Экономика XXI в. в глобальном смысле является цифровой, в ней имеется особая сетевая, системная и пространственная структура взаимоотношений между различными субъектами хозяйствования, а также субъектами хозяйствования и потребителями их товаров (работ, услуг). Такая экономика построена на использовании новой информации, новых технологий и ориентирована на электронные коммуникации

между участниками, которые могут находиться в разных частях планеты и подчиняться различным юрисдикциям государств с помощью сети Интернет. В свою очередь, именно цифровая экономика определяет способность и необходимость организаций и частных лиц пользоваться технологиями для выполнения поставленных задач, что происходит намного быстрее и эффективнее, чем когда-либо прежде.

*Исследование выполнено в рамках реализации НИР «Теоретико-методологические основы защиты прав потребителей товаров (работ, услуг) в механизме правового обеспечения экономической безопасности Республики Беларусь в условиях региональной интеграции и цифровизации» при финансовой поддержке Министерства образования Республики Беларусь (№ госрегистрации 20211412).

Определение «цифровая экономика» было упомянуто впервые в 1995 г. канадским ученым Д. Тапскоттом в книге «Цифровая экономика: обещание и опасность в эпоху сетевого интеллекта» и обозначалось как экономика, базирующаяся на использовании информационных компьютерных технологий [1, с. 342].

По мнению международных экспертов, цифровая экономика продолжает развиваться с невероятной скоростью благодаря ее способности собирать, использовать и анализировать огромные объемы машиночитаемой информации (цифровых данных) практически обо всем. Такие цифровые данные собираются на основе анализа «цифровых следов», которые остаются на различных цифровых платформах в результате активности физических лиц, социальных групп или предприятий [2, с. 1].

В соответствии с Решением Евразийского экономического совета цифровая экономика – это часть экономики, в которой процессы производства, распределения, обмена и потребления прошли цифровые преобразования с использованием информационно-коммуникационных технологий [3].

Электронная торговля является частью цифровой экономики, которая получила широкое распространение в последние годы.

По состоянию на 01.01.2023 в Республике Беларусь зарегистрировано 28 927 интернет-магазинов (на 3,7 % больше по сравнению с началом 2022 г.). За 2021 г. онлайн-торговля в белорусских интернет-магазинах выросла на 25 % до 3,4 млрд руб. Доля интернет-продаж в розничном товарообороте страны составила 5,8 % [4]. Такие показатели свидетельствуют о высоком уровне заинтересованности потребителей приобретать товары и услуги посредством электронной торговли. В свою очередь, повышенный спрос на дистанционное приобретение услуг и осуществление покупок через Интернет ставит вопрос о теоретическом осмыслении особенностей содержания прав потребителей в сфере электронной торговли, специфики их защиты и, соответственно, выявления пробелов правового регулирования.

Целью статьи является выявление особенностей содержания прав потребителей, их реализации и защиты в сфере элек-

тронной торговли и внесение предложений по изменению и дополнению действующего законодательства.

Основная часть

В последние годы прирост популярности и доступности сети Интернет и прочих средств телекоммуникации породил новые формы взаимодействия экономических субъектов. Одной из таких форм является электронная. Современный бизнес все чаще рассматривает именно эту форму торговли как выгодный и эффективный канал продаж, т. к. снижаются издержки за счет отсутствия необходимости иметь в наличии торговые площади, развитые системы охраны, большой штат торговых и вспомогательных работников. Следствием этого является возможность предоставления покупателям со стороны продавцов более широкого спектра товаров и услуг по более низкой цене. Интернет-продажи обладают рядом дополнительных удобств, например, надежным доступом к огромным базам данных по товарам и услугам [5, с. 41].

И. Эвод в книге «Электронная коммерция» утверждает, что масштабы развития электронной коммерции в XXI в. превышают масштабы, которые имело развитие радио и телевидение в 1920–50-е гг. [6, с. 44].

По мнению Ю. В. Крутина, «главными предпосылками возникновения электронной коммерции являются появление массового производства и повышение уровня автоматизации, в результате чего потребители «отдалились» от рынков потребления, что создало необходимость создания дополнительных механизмов продвижения товаров к покупателям» [7, с. 32].

В качестве технологической предпосылки появления электронной торговли можно рассматривать развитие информационно-коммуникационных технологий, благодаря чему возник Интернет. Однако функция Интернета в развитии электронной торговли стала скорее технической вспомогательной, а не основной. Как правило, в европейской традиции используется категория «электронная коммерция», а в американской – категория «электронная торговля», или «цифровая торговля». Содержательное значение исследуемых категорий фактически идентичное, тем не менее в

большинстве стран постсоветского пространства, в т. ч. и в Республике Беларусь, более популярным является использование термина «электронная торговля».

Первоначально определимся с категориальным аппаратом исследования и уточним сущность электронной торговли. Доктринальное понимание данной категории сводится к осуществлению торговой деятельности через сеть Интернет, причем авторы лишь конкретизируют используемые средства в такой деятельности. Например, И. Г. Балабанов говорит, что это торговля «через сеть Интернет при помощи компьютеров покупателя и продавца товара» [8, с. 190]; И. Г. Головцова считает, что электронная торговля – это «использование коммуникационных технологий для передачи бизнес-информации и ведения бизнеса» [9, с. 32].

Ведущие мировые экономические организации имеют собственные трактовки данной категории. Как правило, на форумах, посвященных трансграничной торговле, используются определения различных международных организаций. Так, ВТО, как организация, регулирующая торговые отношения в мире, более широко определяет электронную торговлю как «производство, распределение, маркетинг, продажу или поставку товаров и услуг с помощью электронных средств» [10]. В свою очередь, Организация по экономическому сотрудничеству и развитию ОЭСР определяет электронную торговлю как торговлю товарами и услугами, которые могут быть доставлены в цифровом или физическом виде и в которых участвуют потребители, фирмы и правительства [11, р. 72].

Однако при этом международными организациями отмечается, что понятия электронной коммерции, электронной торговли и цифровой торговли тождественны.

Определенный научный интерес представляет и определение, данное в модельном законе СНГ «Об электронной торговле», принятое Постановлением Межпарламентской Ассамблеи государств – участников Содружества Независимых Государств от 25 ноября 2008 г. № 31-12. Здесь электронная торговля рассматривается как торговля, осуществляемая с использованием информационных систем, информаци-

онно-коммуникационной сети и электронных процедур [12].

В настоящее время в Республике Беларусь на законодательном уровне не существует четкого определения электронной торговли. Ранее под электронной торговлей понималась «оптовая, розничная торговля, характеризующаяся заказом, покупкой, продажей товаров с использованием информационных систем и сетей». Это определение давалось в ст. 13 «Электронная торговля» Закона Республики Беларусь от 28 июля 2003 г. «О торговле», однако данный закон утратил силу и не используется с 2014 г. Тем не менее необходимо отметить, что, несмотря на отсутствие единого определения, в Республике Беларусь, как правило, электронную торговлю называют дистанционной торговлей, Интернет-торговлей или онлайн-торговлей. Несмотря на отсутствие четкого законодательства в сфере электронной торговли, существует ряд актов, каждый из которых частично затрагивает данную сферу.

В частности, к таким актам можно отнести такие законы, как Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. [13], Закон Республики Беларусь «Об информации, информатизации и защите информации» от 10 ноября 2008 г. [14], Закон Республики Беларусь «Об электронном документе и электронной цифровой подписи» от 28 декабря 2009 г. [15].

Таким образом, электронная торговля – это торговля, осуществляемая с использованием компьютерных технологий, представляет инновационную форму торговой деятельности, которая значительно снижает торговые издержки, расширяет рынки сбыта продукции, ускоряет заключение договоров и соглашений между заказчиком и производителем, сокращает время на проведение необходимых административных процедур, обеспечивает обработку данных в автоматическом режиме, повышает прозрачность заключаемых договоров. Но главной особенностью такой торговли, которая отличает ее от обычной, является то, что покупатель не может реально осмотреть товар, потрогать, проверить его в действии. Перед совершением покупки покупатель может только посмотреть его

изображение и описание, которые представлены в электронном или ином виде. Эта особенность показывает наличие расстояния между продавцом и потребителем товаров, что является системообразующим признаком всей электронной торговли.

Многие покупатели до сих пор не доверяют этому способу покупки, имея психологический барьер, возникающий из-за возможности получения ошибочного товара, который он видит на экране своего устройства. Но потребители, совершающие покупки через Интернет, значительно экономят время, нужное для поиска данного товара в обычном магазине, деньги, поскольку за счет понижения стоимости самого товара многие интернет-магазины определяют конкурентоспособную цену, что, безусловно, является существенным преимуществом интернет-магазина перед традиционным.

Юридическая природа договора купли-продажи, либо договора возмездного оказания услуг, либо договора подряда, заключенного дистанционно с помощью Интернета, с точки зрения теории гражданского права остается такой же, как и заключенного в обычном стационарном магазине или точке обслуживания потребителей, меняется лишь форма передачи данных, необходимая для его заключения, порядок оплаты, и в договоре купли-продажи момент заключения договора не совпадает по времени с моментом исполнения такого договора. Соответственно, можно выделить и особенности содержания таких прав потребителей, как права на информацию, безопасность, надлежащее качество товаров, работ, услуг (далее – товаров), а также права на защиту своих нарушенных прав. Рассмотрим каждое право в аспекте реализации договорных отношений потребителя с продавцом, исполнителем работ и услуг (далее – продавцом).

Право на информацию о товарах реализуется на стадии преддоговорных отношений потребителя с продавцом товаров либо исполнителем услуг. Так, согласно п. 4 ст. 7 Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» при реализации товаров через Интернет продавец должен предоставить информацию о нем потребителю, во-первых, до момента заключения договора, во-вторых, в обязательном порядке и информацию о сроке доставки

товара, цене и об условиях оплаты доставки товара. При этом важной гарантией реализации права потребителя на информацию является закрепление обязанности за продавцом, определенной ч. 2 п. 9 ст. 7 Закона, доводить информацию о цене товара в сети Интернет «шрифтом, размер которого не должен быть менее половины наибольшего размера шрифта, используемого в описании товара (работы, услуги)».

Специфика электронной торговли обуславливает и получение информации о продавцах не традиционно (на вывесках объектов розничной торговли и услуг), а в сети Интернет, что и закрепляет п. 3 ст. 8 Закона, определяя, что информация о продавце (исполнителе) «должна быть доведена до сведения потребителя в этих каталогах, проспектах, рекламе, буклетах или представлена в фотографиях или иных информационных источниках, в т. ч. в глобальной компьютерной сети Интернет». На наш взгляд, данная формулировка не конкретизирует обязанности продавца размещать информацию на своем сайте в сети Интернет. Более того, расширительное толкование данной нормы приведет нас к признанию надлежащего информирования потребителя даже если данные продавца уже размещены в Интернете, например, на сайте Министерства по налогам и сборам. Однако данный факт не будет способствовать росту доверия потребителей к электронной торговле. В данном случае важно, чтобы потребитель получил информацию о наименовании, месте нахождения продавца, режиме работы и телефона для контактов именно на его сайте, в связи с чем вышеназванная норма закона подлежит корректировке, несмотря на уже имеющуюся норму подзаконного характера, возлагающую на продавца обязанность в п. 7 Правил продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли, утвержденную Постановлением Правительства Республики Беларусь от 15.01.2009 № 39.

Руководящие принципы для защиты интересов потребителей (Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН, 1985 г.) рекомендуют правительствам стран разработать национальные стратегии по защите интересов потребителей, нацеленные на поощрение добросовестной деловой практики, которые

могут также применяться к электронной торговле [16].

Таким образом, содержание субъективного права потребителя на информацию о товарах в сфере электронной торговли включает право потребителей на получение информации о товаре до заключения договора; требовать предоставления информации о сроке доставки товара, цене и об условиях оплаты доставки товара; требовать информацию о продавце на его сайте в сети Интернет. Данным правам потребителей коррелирует обязанность продавца представлять информацию своевременно (до заключения договора), достоверную (соответствующую действительности) и полную (необходимую для договора данного вида). В совокупности получение потребителем именно такой информации предоставляет ему полноценную возможность свободно выбрать товар, понимая все его позитивные и негативные стороны, а продавцу, соответственно, осуществлять добросовестную деловую практику.

Рекомендации Совета ОЭСР по электронной торговле от 24 марта 2016 г. определяют в п. 28, что коммерческие предприятия, занимающиеся электронной торговлей, предоставляли потребителям информацию о себе в том объеме, который достаточен для обеспечения следующего: идентификации предприятия и установления его местоположения; оперативной, простой и эффективной коммуникации между потребителями и предприятием; урегулирования любых возникающих споров надлежащими и эффективными методами; использования механизма судебного разбирательства для урегулирования споров внутри юрисдикции и трансграничных споров [17].

Суммируя вышесказанное относительно права потребителей на информацию, можно констатировать, что основным риском для потребителей на этапе преддоговорных отношений заключения договора является недобросовестность коммерческой практики продавца, которая может усиливаться в разы из-за его возможностей на цифровых площадках анонимно осуществлять торговлю товарами, их агрессивно рекламировать и писать исключительно положительные отзывы от покупателей. Соответственно, потребители должны иметь возможность иметь полную, достоверную,

своевременную информацию о товаре, продавце и его контактных данных, разрешать споры как в суде, так и используя возможности онлайн-площадок.

Право на безопасность товаров реализуется как на этапе непосредственного заключения договора, так и на этапе использования товара, после исполнения договора и доставки товара потребителю. Традиционно безопасность товаров подразумевает его соответствие обязательным требованиям технических нормативных правовых актов, которые определяют границу недопустимого риска для потребителя, его здоровья, жизни, наследственности, имущества и окружающей среды. В арсенале гражданского законодательства имеется целая система пресекательных сроков в потребительских отношениях, которые определяют срок безопасности товара (услуги), – это срок службы, годности, хранения.

Соответственно, как субъективное право, право потребителей на безопасность включает следующие его правомочия: требовать передачи товара, отвечающего обязательным требованиям по безопасности (в ЕАЭС – это техническим регламентам), который будет безопасным в течение установленного срока службы или годности, хранения; безопасность процесса хранения, использования, транспортировки, утилизации товара; безопасность процесса изготовления товара, что предполагает безопасность используемых технологий, а также применяемых при этом материалов и оборудования.

Однако особенности электронной торговли определяют и особенности реализации права на безопасность. На наш взгляд, оно должно содержать в себе и право потребителя на проведение безопасных платежей и на сохранение в безопасности его персональных данных. Безопасным должен быть не только процесс производства товаров, но и процесс покупки товаров, что закономерно.

В контексте электронной торговли важным аспектом защиты прав потребителей является защита их персональных данных. Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей определили, что хозяйственным организациям следует обеспечить защиту личной информации потребителей

путем разработки специального контролирующего механизма, а также обрабатывать персональные данные в условиях прозрачности для самих потребителей, а также на основе получения их согласия на сбор, обработку, использование и хранение их данных [16].

При этом стоит отметить, что в любом случае согласие субъекта на обработку его персональных данных является все же основным способом узаконивания таких действий. В области электронной торговли широко применяется такой способ получения согласия на обработку персональных данных, при котором субъект самостоятельно ставит «галочку» в нужной графе на экране при регистрации на интернет-сайте.

В Республике Беларусь действует закон «О защите персональных данных» от 7 мая 2021 г. № 99-З, который в п. 3 ст. 5 также определил возможность брать согласие субъекта персональных данных посредством: «указания (выбора) субъектом персональных данных определенной информации (кода) после получения СМС-сообщения, сообщения на адрес электронной почты; проставления субъектом персональных данных соответствующей отметки на интернет-ресурсе».

Цитируемый закон фактически создал правовую основу для сбора, обработки и использования данных потребителей электронной торговли. Фактически данный закон, как и Регламент Европейского Парламента и Совета Европейского Союза 2016/679 от 27 апреля 2016 г. «О защите физических лиц при обработке персональных данных и о свободном обращении таких данных», а также об отмене Директивы 95/46/ЕС (Общий Регламент о защите данных, или General Data Protection Regulation) (GDPR)) [18] предоставляют потребителям право отозвать ранее данное согласие на сбор и обработку данных, право на передачу данных другому оператору, а также право на удаление данных, которыми располагает оператор. Фактически в мире создан новый стандарт в интернет-торговле относительно безопасности продаж товаров (услуг).

Цифровой рынок изменяет представление о товарах. Вместо обычной материальной формы они могут существовать и в нематериальной цифровой форме (компью-

терные программы, аудиозаписи и т. д.). Достаточно специфичным элементом в сфере защиты прав потребителей в электронной торговле является распространение рекламы, в т. ч. вредоносной или незапрашиваемой (спам). Под рекламой следует понимать элемент в электронной коммерции, используемый продавцами с целью продвижения своих товаров и услуг, привлечения новых покупателей. При этом реклама в сети Интернет не всегда оказывает положительное влияние на самих потребителей, поскольку ее распространение зачастую связано с использованием недобросовестных деловых практик, которые вводят потребителей в заблуждение относительно качества и свойств товара или услуги в целях понудить их к заключению договора. Главной проблемой является спам, т. е. рассылка информационных сообщений, рекламирующих те или иные товары или услуги, без предварительного согласия самих покупателей.

Вред, который может быть нанесен потребителям в результате рассылки спам-сообщений, может выражаться в заражении устройства компьютерными вирусами и вредоносным программным обеспечением, которое может повредить, удалить или изменить данные, хранящиеся на устройстве. Также спам может использоваться как реклама для предложения и продажи контрафактных товаров, в т. ч. программного обеспечения и других цифровых объектов, охраняемых авторским правом и правом интеллектуальной собственности.

В связи с отсутствием в белорусском законодательстве определения термина «спам» предлагаем внести в ст. 2 Закона Республики Беларусь «О рекламе» от 10 мая 2007 г. № 225-З определение спама, которое может иметь следующую трактовку: «Спам – электронные сообщения, рассылаемые на постоянной основе посредством любых электронных средств связи в отношении неопределенного круга абонентов или адресатов без их предварительного письменного согласия на получение рассылки от конкретного отправителя, в том числе, когда отправитель неизвестен либо его идентификация затруднительна».

Вторым проблемным аспектом реализации права потребителей на безопасность является безопасность онлайн-плате-

жей. По данным ЮНКТАД, «при совершении платежных операций в режиме онлайн потребители несут риски в области безопасности. Третьи стороны могут получить несанкционированный доступ к данным потребителей без их ведома и согласия... отмечались задержки в поступлении платежей продавцам; невозможность отмены платежей; задержка в получении подтверждений; а также блокировка платежей между банком и платежной системой или коммерческой компанией, которой предназначается платеж, без уведомления потребителя о приостановке платежа» [19, с. 10].

Правовыми средствами, обеспечивающими безопасность потребительских платежей через Интернет можно назвать следующие: внедрения надлежащих технических механизмов обеспечения безопасности через принятие специальных технических нормативных актов; обучение и просвещение потребителей через образовательные и административные нормы правилам пользования платежными системами; определение пропорциональных мер имущественной ответственности потребителя и владельца платежной системы за несанкционированные операции соразмерно степени заботливости и осмотрительности в гражданском обороте; предоставление потребителям юрисдикционных и неюрисдикционных средств защиты своих прав. В ЕС сообществом уполномоченных органов государств создаются специальные сайты, на которые потребители могут сообщить о международном мошенничестве и узнать о мерах, которые может предпринять потребитель для борьбы с мошенничеством, что способствует не только просвещению, но и разрешению конфликта во внесудебном порядке (к примеру, сайт econsumer.gov). Представляется, что данная позитивная практика вполне может быть внедрена и в ЕАЭС.

Вместе с тем по итогам проведенного ОЭСР обследования был сделан вывод о том, что несоответствие предприятий стандартам безопасности гораздо выше на трансграничном (88 %), чем на национальном (44 %) уровне [20, с. 7]. Соответственно, в перспективе реализация права потребителей на безопасность товаров (услуг) не может ограничиваться рамками одного государства либо одного интеграционного объединения. Сегодня белорусский потре-

битель активно приобретает товары не только на электронных площадках нашей страны или России, также активно приобретаются товары и в Китае, Европейском Союзе. Стоит предположить, что в будущем необходимо разработать и заключать международные договоры, которые будут предоставлять взаимную защиту потребителям государств, интеграционных союзов, их подписавших.

Право потребителей на приобретение товара надлежащего качества, как и предыдущее право на безопасность, реализуется как на этапе непосредственного заключения договора, так и на этапе использования товара, после исполнения договора и доставки товара потребителю. Традиционными правовыми средствами, которые обеспечивали право на надлежащее качество товаров, можно назвать гражданско-правовой договор, в котором стороны могут согласовать условие о качестве, пресекательные сроки в гражданском обороте (гарантийный срок, срок службы, срок годности), в течение которых потребитель при обнаружении недостатков товаров может предъявить требования к продавцу по поводу качества товара; закрепление обязанностей продавца, изготовителя, исполнителя по обеспечению качества товаров – осуществлять предпродажную подготовку товаров; продемонстрировать работоспособность товара, предоставить потребителю необходимые средства измерения, документы, подтверждающие качество; обеспечить возможность использования товара по назначению в течение его срока службы, поэтому должен организовать ремонт и техническое обслуживание товара.

В электронной торговле существенных особенностей данное право практически не имеет. Пункт 5 ст. 11 Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» гласит, что при реализации потребителю товаров по образцам, описаниям товаров или с помощью сети Интернет продавец обязан передать потребителю товар, качество которого соответствует образцам, описаниям, а также требованиям законодательства, условиям договора, обычно предъявляемым требованиям и пригодный для целей, для которых товар такого рода обычно используется. Соответственно, продавец обязан передать потребителю, который

приобрел товар через Интернет, товар, соответствующий вышеуказанным критериям. Особенности лишь имеют обязанности продавца относительно демонстрации работоспособности товара и его измерения, т. к. товар потребитель может получить с доставкой на дом, в этом случае его проверкой он будет заниматься самостоятельно.

Остальные права потребителей, вытекающие из нарушения этого права: право на расторжение договора, замену товара и др. – потребитель может реализовать аналогично, как и при покупке в обычном магазине.

Наконец, право потребителя, которое имеет особенности в цифровую эпоху, – это **право на защиту**, которое общепринято на потребительском рынке, может осуществляться через государственные и общественные формы защиты. Государственная защита осуществляется в судебном и административном порядке, а общественная – через использование инструментов общественного мнения, общественного воздействия потребительскими организациями и т. д. Руководящие принципы по защите интересов потребителей ООН (принцип № 37) поощряет создание «механизмов для справедливого, действенного, прозрачного и беспристрастного рассмотрения претензий потребителей с использованием административных, судебных и альтернативных методов урегулирования споров, в т. ч. в отношении трансграничных случаев» [16].

Зарубежная практика постсоветских стран демонстрирует возможность внедрения разнообразных механизмов рассмотрения онлайн-споров. Учитывая, что заключение сделок может происходить между продавцами и потребителями, находящимися в разных юрисдикциях, должны вырабатываться общие правила между странами в целях урегулирования возникающих конфликтов без ущемления прав какой-либо стороны. Европейская комиссия в 2016 г. запустила платформу для урегулирования споров с тем, чтобы помочь потребителям и продавцам в разрешении споров, касающихся интернет-покупок, в режиме онлайн. Это Регламент ЕС о разрешении споров онлайн (Regulation (EU) № 524/2013 of the European Parliament and of the Council of 21 May 2013 on Online Dispute Resolution for Consumer Disputes and Amending Regulation (EC) № 2006/2004 and Directive

2009/22/EC (Regulation on Consumer ODR)) [21], в соответствии с которым в ЕС создана интернет-платформа по разрешению споров онлайн. В соответствии со ст. 5 (2) Регламента потребители и предприниматели могут подать жалобу через такую платформу на любом официальном языке ЕС [3].

Национальный секретариат по вопросам защиты прав потребителей Бразилии в 2014 г. создал согласительную онлайн-процедуру. Этот государственный механизм позволяет наладить непосредственный обмен мнениями между потребителями и поставщиками для урегулирования споров в режиме онлайн. В настоящее время таким образом разрешаются 80 % жалоб, а время удовлетворения жалоб потребителей составляет в среднем 7 дней. Эта услуга предоставляется государством в целях поощрения прямого взаимодействия между потребителями и продавцами и сокращения количества потребительских конфликтов. Воспользоваться этим механизмом могут лишь те компании, которые добровольно и официально зарегистрировались в системе [22].

Наиболее крупные веб-порталы в сфере электронной коммерции уже организовали и применяют собственные системы онлайн-разрешения споров. Наиболее ярким примером, пожалуй, является портал *aliexpress.com* (далее – портал), утвердивший Правила разрешения споров из сделок, заключенных онлайн. Правила Ali распространяются на сделки, заключенные китайскими продавцами и иностранными потребителями через портал. Важно, что портал является посредником между продавцами и покупателями, а не самим продавцом, поэтому в целом он может считаться нейтральной стороной, которой можно доверить разрешение спора [23].

В настоящее время ни в Республике Беларусь, ни в ЕАЭС подобные площадки не созданы. Евразийские потребители могут либо подать жалобу непосредственно продавцу, которая в Республике Беларусь будет рассматриваться по правилам закона «Об обращениях граждан и юридических лиц» от 18 июля 2011 г. № 300-3 [24], либо обратиться в государственный суд. Вместе с тем развитие электронной торговли, безусловно, остро поставит вопрос создания онлайн-площадок для их разрешения как более удобной и мобильной системы.

Кроме вышеназванных прав потребителей (на информацию, безопасность надлежащее качество и защиту), остальные (права на просвещение, на свободу выбора, на создание общественных организаций, на возмещение ущерба, причиненного товарами и др.), на наш взгляд, не имеют особенностей в цифровой среде, хотя она им предоставляет больше возможностей для их реализации. К примеру, цифровое потребительское образование в будущем займет достойное место в системе образования любой страны либо регионального интеграционного союза.

Заключение

В итоге исследования особенностей защиты отдельных прав потребителей в сфере электронной торговли можно констатировать следующее.

1. Электронная торговля – это составная часть цифровой экономики, которая осуществляется с помощью компьютерных технологий, обеспечивающих обработку данных и оплату товаров в автоматическом режиме, что повышает прозрачность заключаемых договоров, но не дает возможности потребителю реально увидеть и осмотреть товар, т. к. он находится на определенном расстоянии от продавца.

2. Особенностью реализации права потребителей на информацию о товарах и их продавцах в цифровой среде является специфика предоставления информации о товаре и о продавце исключительно через

Интернет. Важным для реализации данного права является пресечение недобросовестных деловых практик со стороны продавца, чтобы потребитель все же мог сделать свой свободный и правильный потребительский выбор.

3. Особенностью реализации права потребителей на безопасность товаров в электронной торговле является безопасность процесса покупки, когда потребителю гарантируется безопасность работы платежной системы и сохранность и конфиденциальность персональных данных.

4. Право на надлежащее качество товаров особенностью своей реализации практически не имеет, за исключением того, что критерием надлежащего исполнения обязанностей продавцов является передача потребителям товаров, соответствующих их образцам и описаниям в Интернете.

5. Право на защиту своих нарушенных прав белорусские, как и евразийские потребители, могут реализовывать исключительно в стандартных рамках – обращаться в государственные органы с жалобами и в суды с исками. Вместе с тем зарубежные практики имеют весьма позитивные модели (китайская, европейская и др.), когда потребители, которые приобрели товары онлайн, имеют возможность разрешить свой спор на специальных интернет-площадках. Представляется, что позитивный зарубежный опыт может быть вполне приемлем и для электронной торговли в ЕАЭС.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Don Tapscott. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. – McGraw-Hill, 1995. – 342 p.
2. Доклад о цифровой экономике. 2019 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_overview_ru.pdf. – Дата доступа: 04.05.2023.
3. Об Основных направлениях реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года [Электронный ресурс] : решение Высш. Евраз. Экон. Совета, 11 мая 2017 г., № 12 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.
4. Растущую интернет-торговлю хотят отрегулировать. Что может измениться [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilex.by/rastushhuyu-internet-torgovlyu-hotyat-otregulirovat-cto-mozhet-izmenitsya/>. – Дата доступа: 04.05.2023.
5. Волкова, А. А. Цифровая экономика: сущность явления, проблемы и риски формирования и развития / А. А. Волкова, В. А. Плотников, М. В. Рукинов // Управлен. консультирование. – № 4. – 2019. – С. 38–49.
6. Эвод, И. Электронная коммерция / И. Эвод. – СПб. : ДиаСофт ЮП, 2002. – 608 с.

7. Крутин, Ю. В. Электронная коммерция / Ю. В. Крутин. – Екатеринбург, 2018. – 103 с.
8. Балабанов, И. Т. Электронная коммерция / И. Т. Балабанов. – СПб. : Питер, 2012. – С. 332.
9. Головцова, И. Г. Электронная коммерция / И. Г. Головцова. – СПб. : ГУАП, 2017. – С. 162.
10. Декларация о глобальной электронной торговле. Документ ВТО WT/MIN(98)/DEC/2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S009DP.aspx?CatalogueIdList=4814,34856,20308&CurrentCatalogueIdIndex=1. – Дата доступа: 04.05.2023.
11. OECD Guide to Measuring the Information Society 2011 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264113541-en>. – Date of access: 04.05.2023.
12. О модельном законе «Об электронной торговле» [Электронный ресурс] : постановление Межпарламентской Ассамблеи государств – участников Содружества Независимых Государств, 25 нояб. 2008 г., № 31-12 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.
13. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 8 янв. 2014 г., № 128-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 04.01.2021 г., № 81-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.
14. Об информации, информатизации и защите информации [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 нояб. 2008 г., № 455-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 10.10.2022 г., № 209-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.
15. Об электронном документе и электронной цифровой подписи [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 28.12.2009 г., № 113-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 14.10.2022 г., № 213-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.
16. Руководящие принципы Организации Объединенных Наций (ООН) для защиты интересов потребителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_ru.pdf. – Дата доступа: 04.05.2023.
17. Consumer Protection in E-commerce: OECD Recommendation. – 2016 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264255258-en>. – Date of access: 04.05.2023.
18. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation) [Electronic resource]. – Mode of access: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679&qid=1701939510981>. – Date of access: 04.05.2023.
19. Защита прав потребителей в сфере электронной торговли. Записка секретариата ЮНКТАД [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/cicplpd7_ru.pdf. – Дата доступа: 04.05.2023.
20. Безопасность потребительских товаров. Записка секретариата ЮНКТАД [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/cicplpd12_ru.pdf. – Дата доступа: 04.05.2023.
21. Regulation (EU) No 524/2013 of the European Parliament and of the Council of 21 May 2013 on online dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Regulation on consumer ODR) [Electronic resource]. – Mode of access: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32013R0524>. – Date of access: 04.05.2023.
22. Обзор деятельности по укреплению потенциала и оказанию технической помощи по вопросам законодательства и политики в области конкуренции и защиты прав потребителей. Записка секретариата ЮНКТАД [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/tdrbpconf9d6_ru.pdf. – Дата доступа: 04.05.2023.
23. Alibaba.com Online Transactions Dispute Rules [Electronic resource]. – Mode of access: <http://rule.alibaba.com/rule/detail/2058.htm>. – Date of access: 04.05.2023.
24. Об обращениях граждан и юридических лиц [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 18 июля 2011 г., № 300-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 17.07.2023 г., № 284-3 //

ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.

REFERENCES

1. Don Tapscott. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. – McGraw-Hill, 1995. – 342 p.
2. Doklad o cifrovoj ekonomike. 2019 god [Elektronnyj resurs]. – Riezhim dostupa: https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_overview_ru.pdf. – Data dostupa: 04.05.2023.
3. Ob osnovnykh napravleniyakh realizatsii cifrovoj poviestki Jevrazijskogo ekonomicheskogo sojuza do 2025 goda [Elektronnyj resurs] : reshenije Vyssh. Jevraz. Ekon. Sovieta, 11 maja 2017 g., № 12 // ETALON. Zakonodatel'stvo Respubliki Belarus' / Nac. centr pravovoj inform. Resp. Belarus'. – Minsk, 2023.
4. Rastushchiju internet-torgovliu khotiat otriegulirovat'. Chto mozhet izmienit'sia [Elektronnyj resurs]. – Riezhim dostupa: <https://ilex.by/rastushhuyu-internet-torgovlyu-hotyat-otregulirovat-chto-mozhet-izmenitsya/>. – Data dostupa: 04.05.2023.
5. Volkova, A. A. Cifrovaja ekonomika: sushchnost' javlienija, problemy i riski formirovanija i razvitija / A. A. Volkova, V. A. Plotnikov, M. V. Rukinov // Upravlien. konsul'tirovanije. – 2019. – № 4. – S. 38–49.
6. Evod, I. Elektronnaja kommercija / I. Evod. – SPb. : DiaSoft JuP, 2002. – 608 s.
7. Krutin, Yu. V. Elektronnaja kommercija / Yu. V. Krutin. – Jkatierinburg, 2018. – 103 s.
8. Balabanov, I. T. Elektronnaja kommercija / I. T. Balabanov. – SPb. : Pitier, 2012. – S. 332.
9. Golovtsova, I. G. Elektronnaja kommercija / I. G. Golovtsova. – SPb. : GUAP, 2017. – 162 s.
10. Dieklaracija o global'noj elektronnoy trgovle. Dokument VTO WT/MIN(98)/DEC/2 [Elektronnyj resurs]. – Riezhim dostupa: https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/-FE_S_S009-DP.aspx?CatalogueIdList=4814,34856,20308&CurrentCatalogueIdIndex=1. – Data dostupa: 04.05.2023.
11. OECD Guide to Measuring the Information Society 2011 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264113541-en>. – Date of access: 04.05.2023.
12. O model'nom zakone «Ob elektronnoj trgovle» [Elektronnyj resurs] : postanovlenie Mezhpapliamentskoj Assamblii gosudarstv – uchastnikov Sodruzhestva Niezavisimyx Gosudarstv ot 25 nojab. 2008 g., № 31-12 // ETALON. Zakonodatel'stvo Respubliki Belarus' / Nac. centr pravovoj inform. Resp. Belarus'. – Minsk, 2023.
13. O gosudarstviennom riegulirovanii trgovli i obshchestviennogo pitanija v Respublikie Belarus' [Elektronnyj resurs] : Zakon Resp. Belarus' ot 8 janv. 2014 g., № 128-3 : v ried. Zakona Resp. Belarus' ot 04.01.2021 g., № 81-Z // ETALON. Zakonodatel'stvo Respubliki Belarus' / Nac. centr pravovoj inform. Resp. Belarus'. – Minsk, 2023.
14. Ob informacii, informatizacii i zashchietie informacii [Elektronnyj resurs] : Zakon Resp. Belarus', 10 nojab. 2008 g., № 455-3 : v ried. Zakona Resp. Belarus' ot 10.10.2022 g., № 209-Z // ETALON. Zakonodatel'stvo Respubliki Belarus' / Nac. centr pravovoj inform. Resp. Belarus'. – Minsk, 2023.
15. Ob elektronnom dokumentie i elektronnoj cifrovoj podpisi [Elektronnyj resurs] : Zakon Resp. Belarus' ot 28.12.2009 g., № 113-3 : v ried. Zakona Resp. Belarus' ot 14.10.2022 g., № 213-Z // ETALON. Zakonodatel'stvo Respubliki Belarus' / Nac. centr pravovoj inform. Resp. Belarus'. – Minsk, 2023.
16. Rukovodiashchije principy Organizacii Ob'ediniennykh Naciy (OON) dlja zashchity intieriesov potrebitielej [Elektronnyj resurs]. – Riezhim dostupa: https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_ru.pdf. – Data dostupa: 25.04.2023. – Data dostupa: 04.05.2023.
17. Consumer Protection in E-commerce: OECD Recommendation. – 2016 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264255258-en>. – Date of access: 04.05.2023.
18. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation) [Electronic resource]. – Mode of access: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=-CELEX%-3A32016R0679&qid=1701939510981>. – Date of access: 04.05.2023.

19. Zashchita prav potrebitel'ej v sfierie eliektronnoj trgovli. Zapiska seikrietiariata YuNKTAD [Eliektronnyj riesurs]. – Riezhim dostupa: https://unctad.org/system/files/official-document/-cicplpd7_ru.pdf. – Data dostupa: 04.05.2023.

20. Biezopasnost' potrebitel'skikh tovarov. Zapiska siekrietiariata YuNKTAD [Eliektronnyj riesurs]. – Riezhim dostupa: https://unctad.org/system/files/official-document/cicplpd12_ru.pdf. – Data dostupa: 04.05.2023.

21. Regulation (EU) No 524/2013 of the European Parliament and of the Council of 21 May 2013 on online dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Regulation on consumer ODR) [Electronic resource]. – Mode of access: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32013R0524>. – Date of access: 04.05.2023.

22. Obzor diejatiel'nosti po ukrieplieniju potenciala i okazaniyu tekhnichieskoj pomoshchi po voprosam zakonodatiel'stva i politiki v oblasti konkuriencii i zashchity prav potrebitel'ej. Zapiska siekrietiariata YuNKTAD [Eliektronnyj riesurs]. – Riezhim dostupa: https://unctad.org/system/files/-official-document/tdrbpconf9d6_ru.pdf. – Data dostupa: 04.05.2023.

23. Alibaba.com Online Transactions Dispute Rules [Electronnjic resource]. – Mode of access: <http://rule.alibaba.com/rule/detail/2058.htm>. – Date of access: 04.05.2023.

24. Ob obrashchienijkh grazhdan i juridichieskikh lic [Eliektronnyj riesurs] : Zakon Riesp. Bielarus', 18 iyulja 2011 g., № 300-3 : v ried. Zakona Riesp. Bielarus' ot 17.07.2023 g., № 284-3 // ETALON. Zakonodatiel'stvo Riespubliki Bielarus' / Nac. centr pravovoj inform. Riesp. Bielarus'. – Minsk, 2023.

Рукапіс наступіў у рэдакцыю 22.09.2023