

**КОНСУЛЬТАТИВНЫЙ СОВЕТ ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ГОСУДАРСТВ – УЧАСТНИКОВ СНГ**

ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ КОМИТЕТ СНГ

ДОКЛАД

**«ОБ ОБЕСПЕЧЕНИИ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ
В ГОСУДАРСТВАХ – УЧАСТНИКАХ СНГ»**

Москва, 2019 год

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
I. Международная практика	5
1.1. Развитие трансграничной онлайн-торговли.....	5
1.2. Экономика совместного потребления.....	7
1.3. Учет данных о клиентах и кибербезопасность	7
1.4. Безопасность онлайн-платежей	8
1.5. Риски цифровизации дистанционного банковского обслуживания	9
1.6. Рост онлайн-микрокредитования и финтех-стартапы.....	9
1.7. Особая уязвимость детей в цифровом мире.....	9
II. Тенденции развития, правовое регулирование и проблемы цифровой экономики в государствах – участниках СНГ	10
2.1. Республика Беларусь	10
2.2. Республика Казахстан.....	17
2.3. Кыргызская Республика	21
2.4. Республика Молдова.....	23
2.5. Российская Федерация.....	27
2.6. Республика Таджикистан	50
Выводы и предложения.	53

ВВЕДЕНИЕ

Стремительное внедрение информационных технологий сопровождается широким распространением электронной торговли. Предлагая развернутый ассортимент товаров и услуг, электронная торговля обеспечивает современные потребности государственных структур, отраслей, отдельных предприятий и граждан в рамках единой информационной платформы, где взаимодействие партнеров реализуется с использованием самых современных средств телекоммуникационной индустрии.

При этом под терминами «электронная коммерция» и «электронная торговля» понимается сфера экономики, которая включает все сделки по реализации товаров и услуг потребителям, осуществляемые при помощи Интернета.

Важнейшими индикаторами успешного развития цифровой экономики являются потребитель, уровень его осведомленности и доверия к новым технологиям и моделям электронного рынка. Поэтому международные организации, такие как Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) и Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), стали уделять особое внимание вопросам потребительской грамотности, расширения возможностей потребителя в электронной торговле и включили эти темы в свои повестки.

Деятельность указанных институтов в данной сфере направлена на обеспечение гармонизации законодательства государств (признание базовых прав потребителей, создание институтов по защите интересов покупателей и др.) и развитие международного сотрудничества по противодействию обманной практики, содействие взаимному признанию решений в области разрешения споров, повышение уверенности потребителей и т.д.

В этих целях была разработана и в 2016 году принята новая редакция Рекомендаций Совета ОЭСР по принципам защиты прав потребителей в контексте электронной коммерции. Этот документ стал важным шагом в деле практической реализации обновленных Руководящих принципов ООН для защиты интересов потребителей.

Так, в частности, Комитет ОЭСР по потребительской политике изучает проблемы реализации через Интернет партий товаров, которые ранее были запрещены в обороте как не соответствующие требованиям по безопасности, и готовит соответствующие решения.

В 2017 году Международная организация потребителей «Consumers International» представила правительствам государств «Группы двадцати» (G20) рекомендации по созданию цифрового мира, которому смогут доверять потребители.

Представляется целесообразным в этой связи сосредоточить совместные усилия государств – участников СНГ на выработке и принятии согласованных решений и рекомендаций, обеспечивающих формирование необходимых условий по обеспечению прав потребителей в сфере электронной торговли на пространстве СНГ.

В этих целях Консультативный совет по защите прав потребителей государств – участников СНГ изучил уровень обеспечения прав потребителей СНГ в сфере электронной коммерции и подготовил соответствующий Доклад, одобренный на 15-м заседании совета 25 октября 2018 года.

В подготовке Доклада «Об обеспечении прав потребителей в сфере электронной торговли в государствах – участниках СНГ» принимали участие государственные регуляторы сферы защиты прав потребителей Республики Беларусь, Республики Казахстан, Кыргызской Республики, Республики Молдова, Российской Федерации и Республики Таджикистан.

В документе проанализированы международный опыт в области защиты прав потребителей в сфере электронной торговли и законодательные акты, регламентирующие деятельность государств – участников СНГ в этой сфере, сформулированы рекомендации по развитию указанной деятельности.

Также в Докладе представлен обзор тенденций развития, особенностей правового регулирования и проблем цифровой экономики в государствах – участниках СНГ.

При подготовке Доклада использована информация, предоставленная членами Консультативного совета по защите прав потребителей и общественными объединениями потребителей государств – участников СНГ, а также результаты международных исследований и опросов, интернет-публикации по тематике Доклада.

I. МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ

1.1. Развитие трансграничной онлайн-торговли

Доля населения мира, имеющего доступ к Интернету, выросла с 1 % в 1995 году до почти 50 % в 2017 году. За тот же период электронная торговля продемонстрировала стремительные темпы роста. В 2016 году около 1,6 млрд человек во всем мире приобрели товары в Интернете, а глобальный объем продаж составил 1,9 трлн долларов США. Предполагается, что к 2020 году объем продаж в сфере электронной коммерции увеличится до 4,06 трлн долларов США.

Рост числа людей, имеющих смартфоны, подтверждает, что все больше транзакций осуществляется через мобильный телефон. Ожидается, что число пользователей смартфонов вырастет с 2,1 млрд в 2016 году до примерно 2,5 млрд в 2019 году. По прогнозам Международной организации потребителей «Consumers International», в 2018 году более 36 % населения мира будут пользоваться смартфонами по сравнению с 10 % в 2011 году.

По состоянию на IV квартал 2016 года большинство интернет-заказов по всему миру были размещены с помощью настольных компьютеров, но смартфоны занимают первое место среди способов посещения потребителями розничных сайтов. В опросе, проведенном в 2017 году Международной организацией потребителей, 11 % онлайн-покупателей заявили, что они еженедельно совершают покупки через смартфон.

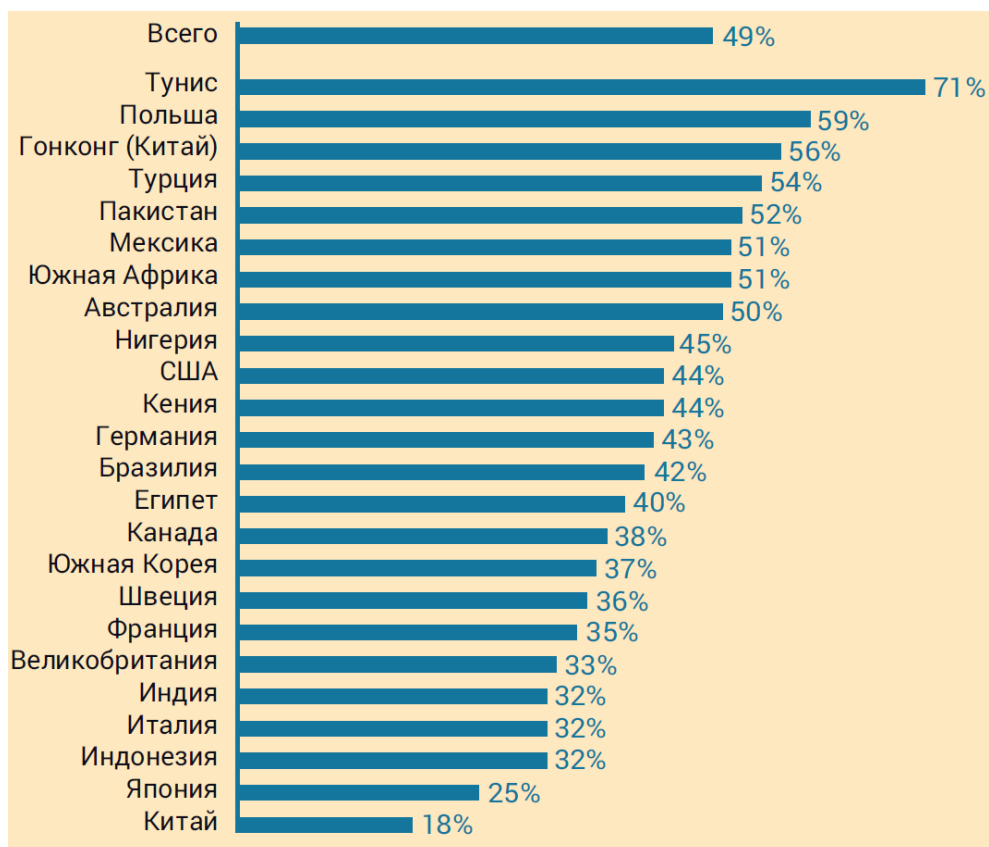
В электронной коммерции доминирует относительно небольшое количество компаний из США и Китая. При этом цифровой рынок Китая, страны с самым большим в мире числом интернет-пользователей (721 млн человек), существует почти независимо от мирового, так как большое количество крупнейших глобальных игроков на нем не присутствует.



*15 крупнейших интернет-платформ, зарегистрированных на бирже,
по уровню рыночной капитализации*

В глобальном опросе, проведенном Центром инноваций в области международного управления «CIGI», в котором приняли участие потребители из более чем 20 стран, только 55 % респондентов указали, что предпочитают покупать онлайн-товары и услуги, производимые в их собственной стране.

22 % респондентов заявили, что ни разу не покупали в онлайн-режиме, при этом 49 % из них пояснили, что причиной этому является отсутствие доверия.



Доля респондентов, не совершивших онлайн-покупки вследствие отсутствия доверия к продавцам

Примеры недобросовестных практик, подрывающих доверие к рынку электронной торговли, противодействие которым требует особого внимания, приведены ниже.

Скрытое ценообразование. Отдельные интернет-магазины (а также сервисы предоставления услуг) в начале процесса покупки доводят до потребителя неполную информацию о стоимости товара или услуги. Сопоставляя такую «первичную» цену, которая может включать скидку за объем либо являться акционной ценой или не учитывать дополнительные услуги, сборы, налоги, доплаты и комиссии, с более высокой (и более честной) ценой конкурентов, потребитель может сделать неправильный выбор или потратить дополнительное время, прежде чем поймет особенности ценообразования.

Ценообразование со скрытыми статьями отмечалось, в частности, в отрасли авиаперевозок. В 2017 году компании Virgin и Jetstar были оштрафованы

Австралийской комиссией по конкуренции и защите потребителей за использование ими техники ценообразования со скрытыми статьями в нарушение Закона Австралии «О защите потребителей». Штрафы составили 200 и 545 тыс. долларов США соответственно.

Сложность при возмещении ущерба. Чтобы доверять интернет-магазинам, потребители должны знать, что любые их проблемы могут быть легко решены. Более половины потребителей считают, что веб-сайты, которые облегчают клиентам общение с сотрудниками компании, способствуют повышению уровня доверия к этим компаниям.

Доступ потребителей к возмещению ущерба онлайн в значительной степени зависит от страны или региона. Абсолютной гарантии получения возмещения не существует ни в одной стране. Глобальная система возмещения отсутствует. Это не единственная проблема, с которой сталкиваются потребители. Недостаток знаний или понимания потребителями их прав может стать серьезным препятствием. Согласно данным проведенного опроса большинство потребителей в Европейском союзе, совершающих цифровые покупки, не знали о своих правах.

1.2. Экономика совместного потребления

Важным барьером, сдерживающим развитие платформ по обмену информацией и услугами в мире (шеринговые платформы), является отсутствие законодательного регулирования этой сферы со стороны государств. Развитие экономики совместного потребления в мире идет быстрыми темпами, опережающими готовность законодательного регулирования такой деятельности. Об этом свидетельствуют примеры ограничения работы шеринговых сервисов Airbnb в Нью-Йорке и Париже, проблемы с властями ряда стран у компании Uber в связи с тем, что водители, как правило, не имеют лицензии на оказание услуг такси, и др.

1.3. Учет данных о клиентах и кибербезопасность

Озабоченность уровнем безопасности персональных данных – одна из причин недоверия к электронной торговле со стороны потребителей. В опросе о покупках в Интернете, проведенном аудиторской компанией «КПМГ» в 2017 году, среди более 18 тыс. потребителей из 50 стран 41 % респондентов заявили, что, если они имеют контроль над тем, как определенная компания использует их личные данные, то они с большей вероятностью станут доверять такой компании, особенно в Северной Америке, Европе и Южной Африке.

У сервисов, ориентированных на данные потребителя, есть большой потенциал для предоставления инновационных услуг, которые помогают потребителям принимать решения, экономить деньги и время. Тем не менее компании в значительной степени определяют контекст, в котором данные собираются и используются. Проблемы безопасности и конфиденциальности, а также отсутствие доверия к мотивам компаний ограничивают преимущества

персонализированных сервисов, если доверие, уверенность и контроль над данными не заложены в них изначально.

Во многих странах, особенно в развивающихся, отсутствуют законы или правила, касающиеся защиты данных и конфиденциальности, тем самым оставляя потребителей незащищенными в случае нарушения их конфиденциальности. Согласно данным ЮНКТАД законы о защите данных и конфиденциальности действуют в 57 % стран.

В 2018 году в Европейском союзе вступили в силу новые правила обработки персональных данных в форме Общих положений о защите данных «General Data Protection Regulation». Для сбора данных потребуются более веское доказательство согласия, а потребители будут немедленно получать информацию о любых нарушениях безопасности и утечках данных. Способы переноса данных должны быть упрощены, чтобы потребители могли легко переключаться между сервисами. Потребители также будут иметь право запрашивать компании об удалении их персональных данных.

Онлайн-системы электронной коммерции позволяют торговым розничным компаниям собирать большое количество разнородных данных о поведении и предпочтениях пользователя. Аналитика больших массивов данных используется для создания различных механизмов персонализации пользователей. При этом крупные ритейлеры могут использовать как свои собственные ресурсы для развертывания в системе электронной торговли аналитики больших данных, так и использовать облачные технологии для хранения своих решений и данных, собираемых при работе с различными заинтересованными сторонами.

Среди потребителей, обеспокоенных неприкосновенностью частной жизни, главными причинами такого беспокойства были обозначены киберпреступность (82 %), деятельность интернет-компаний (74 %) и государственных структур (65 %).

Характерен пример компании Uber, которая была уличена в слежке за клиентами. В США бывший сотрудник компании утверждал, что агрегатор такси незаконно собирает данные о пассажирах. По его информации, слежка велась за знаменитостями, политиками, собственными работниками и даже обычными пользователями.

1.4. Безопасность онлайн-платежей

Согласно прогнозам Гарвардской школы бизнеса оборот мировой розничной интернет-торговли к 2020 году составит 4 трлн долларов США, т.е. увеличится почти вдвое. Основным препятствием для развития этой сферы остаются наличные деньги, которые до сих пор не заменены цифровой альтернативой, несмотря на множество предлагаемых вариантов. В 2013 году 85 % денежных операций во всем мире осуществлялись наличными. Несмотря на то что Нидерланды, Франция, Швеция и Швейцария вошли в список стран с наименьшим использованием наличных денег, даже в Еврозоне 75 % покупок оплачиваются наличными. Большая часть стран развивающегося мира тоже

полагается на них: в Малайзии, Перу и Египте безналичная оплата составляет только 1 % общего числа денежных операций.

1.5. Риски цифровизации дистанционного банковского обслуживания

Основные риски использования биометрических данных для аутентификации пользователей заключаются в том, что в случае потери или кражи такой информации ее невозможно обновить. Можно поменять пароль, если его украли, или перевыпустить банковскую карту, если она была скомпрометирована. Но отпечатки пальцев или сетчатку глаза «перевыпустить» уже не получится. Компрометация каких-либо биометрических данных приведет к невозможности их безопасного использования в дальнейшем.

В качестве примеров группа компаний InfoWatch приводит многократные утечки биометрических данных в Индии. Система идентификации граждан и резидентов Индии считается крупнейшей мировой базой биометрических данных. В мае 2017 года правительственные организации допустили утечку около 135 млн данных, которыми мошенникам не удалось завладеть.

1.6. Рост онлайн-микрокредитования и финтех-стартапы

По заключению аналитиков компании PricewaterhouseCoopers, финтех-стартапы (компании, использующие технологии и инновации, позволяющие конкурировать с традиционными финансовыми организациями в лице банков и посредников на рынке финансовых услуг) внедряются в пространство уже сформировавшихся рынков, выбиваясь в лидеры за счет предоставления удобных для клиентов решений, разработанных с нуля и не обремененных традиционными системами. При этом стремительно сокращается период между появлением революционной технологии и моментом ее применения на массовом рынке. В частности, с момента изобретения телефона до его использования половиной населения США прошло 76 лет, тогда как смартфоны вошли в повседневный обиход менее чем за 10 лет. Для новейших информационных технологий (блокчейн, криптовалюты, интернет-продажи, бесконтактные формы оплаты) этот срок может быть еще меньше.

1.7. Особая уязвимость детей в цифровом мире

В числе рисков, которым подвержены дети как непосредственные потребители товаров, работ и услуг, можно выделить следующие проблемы.

Согласно данным Института современных медиа «Modern Media Research Institute» современные дети – самая многочисленная (22,6 млн) и самая медийная часть социума, значительно опережающая по медиапотреблению подростков и молодежь. Современные дети родились и растут в домохозяйствах, где есть, как правило, два телевизора, доступ в Интернет, планшет, смартфон, компьютер или ноутбук, а также DVD, игровая приставка и многое другое. Вопреки стереотипу дети являются потребителями самых разных типов контента: ТВ (72 %), печатного (77 %), игрового (71 %), музыкального (42 %) и др. Исследования, проведенные в 2017 году, показали, что дети уже в раннем возрасте из пассивных

потребителей превращаются в активных и уже в 3–5 лет начинают влиять на выбор контента и товаров в семье (95 % родителей говорят об участии детей 3–5 лет в таком выборе).

Другой интересной поведенческой особенностью, которая должна учитываться при формировании государственной политики в сфере защиты прав потребителей, является тот факт, что дети – чрезвычайно активные потребители контента, проявляют высокую лояльность к тем брендам и героям, которых встречают в медиaprостранстве (ТВ, Youtube и др.). В этой связи дети сами формируют и задают моду на контент, игры, игрушки и т.п. Определенную озабоченность вызывает такая модель продаж, которая основана на продвижении дорогостоящих детских товаров (прежде всего игрушек), относящихся к узнаваемому бренду, интерес к которому сформирован распространяемым медиаконтентом.

II. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ, ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В ГОСУДАРСТВАХ – УЧАСТНИКАХ СНГ

2.1. Республика Беларусь

Согласно статистическим данным 7,1 млн (74,4 %) граждан Республики Беларусь используют Интернет.

Защита прав потребителей в сфере электронной торговли обеспечивается Указом Президента Республики Беларусь от 1 февраля 2010 года № 60 «О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети интернет», законами Республики Беларусь от 9 января 2002 года № 90-З «О защите прав потребителей», от 8 января 2014 года № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь», Правилами продажи товаров при осуществлении розничной торговли по образцам, утвержденными постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 года № 31.

В целях обеспечения развития в Республике Беларусь информационно-коммуникационных технологий и их эффективного применения во всех сферах и отраслях постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 23 марта 2016 года № 235 утверждена Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы.

В соответствии с Законом Республики Беларусь от 8 января 2014 года № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» субъект торговли вправе осуществлять розничную торговлю через Интернет только через интернет-магазины, зарегистрированные в торговом реестре, и с использованием доменного имени, право на администрирование которого получено субъектом торговли в установленном законодательством порядке.

Справочно: под интернет-магазином понимается информационный ресурс субъекта торговли, позволяющий осуществить заказ на приобретение или выбор и приобретение товаров вне торгового объекта.

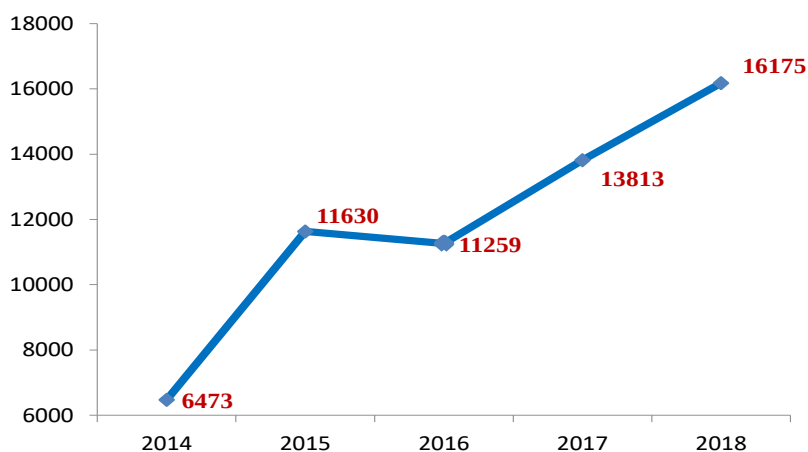
Если посредством размещенных в Интернете (на сайте интернет-площадки, странице в социальной сети и т.п.) контактных телефонов, электронной почты, корзины, скайпа и т.п. покупателю предоставляется возможность осуществить заказ на приобретение или выбор и приобретение товаров, такой ресурс признается интернет-магазином.

Субъект торговли, осуществляющий розничную торговлю через интернет-магазин, вправе использовать иные информационные ресурсы Интернета для размещения информации о продаже товаров без необходимости регистрировать очередной интернет-магазин при условии наличия в этой информации переадресации на зарегистрированный в установленном порядке субъектом торговли интернет-магазин.

В соответствии с пунктом 2 Указа Президента Республики Беларусь от 1 февраля 2010 года № 60 «О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет» интернет-магазин должен размещаться в национальном сегменте Интернета (т.е. иметь обозначение «.by» или «.бел»).

За последние 5 лет количество интернет-магазинов в Республике Беларусь выросло более чем в 3,5 раза.

По состоянию на 1 января 2018 года в торговом реестре зарегистрировано более 16 тыс. интернет-магазинов (прирост с 2012 года составил 12,2 тыс. ед.), из которых 7 300 (48,7 %) принадлежат юридическим лицам, 7 781 (51,3 %) – индивидуальным предпринимателям.



Количество зарегистрированных интернет-магазинов в Республике Беларусь

Справочно: количество зарегистрированных интернет-магазинов в Брестской области – 833 (5,5 %); Витебской – 561 (3,7 %); Гомельской – 734 (4,8 %); Гродненской – 545 (3,6 %); Минской – 2 256 (14,9 %); Могилевской – 473 (3,1 %); г. Минске – 9 763 (64,4 %).

По данным Белстата, розничный товарооборот интернет-магазинов за 5 лет вырос более чем в 4,5 раза и в 2016 году составил около 445 млн долларов США, или 2,8 % в общем товарообороте.

Наибольший удельный вес в структуре розничного товарооборота интернет-магазинов занимают непродовольственные товары – 80,8 %.

Через виртуальные продажи в основном реализуются бытовая техника, электроника, телефония, товары для дома, мебель, одежда, спорттовары, книги. Ниш, не охваченных интернет-торговлей, с каждым годом становится все меньше.

Справочно: в структуре розничного товарооборота непродовольственных товаров, проданных через интернет-магазины, на бытовые электрические приборы приходится 15,9 %, детали и принадлежности для автомобилей – 12,8 %, трикотажные изделия – 11 %, парфюмерные и косметические товары и туалетные принадлежности – 5,2 %, верхнюю одежду – 3,3 %, санитарно-техническое оборудование – 3,3 %.

По данным аналитиков, в 2017 году жители Беларуси потратили на покупки в интернет-магазинах средств в 2,3 раза больше, чем в 2016 году. Средний чек вырос почти на треть – до 31,1 белорусского рубля, или около 15 долларов США. За год в Беларуси число интернет-покупок в целом увеличилось в 1,8 раза. Это объясняется тем, что все больше жителей страны предпочитают покупать товары в Интернете.

Уровень доверия к белорусским интернет-магазинам значительно выше, чем к тем, которые размещены на международных платформах электронной коммерции. Вместе с тем следует отметить рост популярности иностранных интернет-магазинов.

Основной зарубежный поставщик товаров для белорусских потребителей – Китай (21 % всех интернет-покупателей). По данным сервиса онлайн-платежей «Яндекс. Деньги», с 1 апреля 2015 года по 1 апреля 2016 года число покупателей китайских товаров в Беларуси выросло на 70 %.

С 1 января 2018 года вступили в силу положения Налогового кодекса Республики Беларусь, согласно которым иностранная организация, реализующая услуги в электронной форме физическим лицам в Республике Беларусь, обязана:

- стать на учет в налоговых органах Республики Беларусь;
- учитывать обороты по реализации услуг в электронной форме физическим лицам в Республике Беларусь;
- при формировании цены на указанные услуги учитывать необходимость уплаты налога на добавленную стоимость (НДС) в Республике Беларусь по ставке 20 %;
- ежеквартально представлять налоговую декларацию, отражающую обороты по реализации услуг в электронной форме физическим лицам в Республике Беларусь, подлежащие обложению НДС;
- производить уплату НДС в бюджет по ставке 20 %;
- предоставлять информацию и сведения для проверки налоговому органу Республики Беларусь.

Для уплаты налога иностранная организация обязана зарегистрироваться в налоговых органах Республики Беларусь путем подачи заявления, в котором она указывает сведения о себе и о тех услугах, которые оказывает или планирует оказывать белорусским потребителям. После этого иностранной организации

будет присвоен учетный номер плательщика и открыт личный кабинет плательщика.

В качестве плательщика НДС по реализации услуг в электронной форме физическим лицам в Республике Беларусь рассматриваются иностранные организации, самостоятельно оказывающие такие услуги либо осуществляющие посредническую деятельность в расчетах, связанных с оплатой физическими лицами за оказанные им услуги.

При оказании иностранными организациями услуг в электронной форме для физических лиц, местом реализации которых признается Республика Беларусь, при посредничестве состоящих на учете в налоговых органах Республики Беларусь белорусских организаций, индивидуальных предпринимателей, постоянных представительств иностранных организаций, участвующих в расчетах непосредственно с такими физическими лицами за указанные услуги на основании договоров комиссии, поручения и иных аналогичных гражданско-правовых договоров с иностранными организациями, оказывающими такие услуги, исчисление и уплата НДС производятся указанными посредниками.

Основными способами доставки товаров в рамках интернет-торговли являются их пересылка в международных почтовых отправлениях (МПО), а также доставка перевозчиками в качестве экспресс-грузов в рамках договорных отношений с такими крупными международными компаниями, как «UPS», «TNT», «DHL», «FedEx» и др.

Отмечается ежегодный рост объема товаров, ввозимых в Республику Беларусь в МПО и экспресс-грузах, из государств, не являющихся государствами – членами Евразийского экономического союза (ЕАЭС).

Справочно: в 2014 году общее количество МПО, ввезенных в Республику Беларусь из государств, не являющихся государствами – членами ЕАЭС, составило около 6,6 млн. В 2015 году данный показатель достиг 11,8 млн.

С целью ограничения ввоза физическими лицами коммерческих партий иностранных товаров был принят Указ Президента Республики Беларусь от 11 февраля 2016 года № 40 «О внесении изменений и дополнений в Указ Президента Республики Беларусь», которым снижены нормы беспошлинного ввоза физическими лицами товаров для личного пользования, пересылаемых в МПО и (или) экспресс-грузах в адрес одного получателя, находящегося на территории Республики Беларусь, с 200 евро и 31 кг до 22 евро и 10 кг в течение календарного месяца.

По результатам реализации норм данного Указа отмечается сохранение тенденции увеличения объема иностранных товаров, пересылаемых в МПО и доставляемых перевозчиками в адрес физических лиц. Вместе с тем наблюдается значительное замедление их годового роста.

Справочно: в 2016 году годовой рост общего количества МПО существенно замедлился по отношению к 2015 году и составил 7,6 % (12,7 млн МПО).

Также отмечается тенденция роста уплаченных физическими лицами сумм таможенных платежей.

Справочно: увеличение в 2016 году по сравнению с 2015 годом общего количества МПО привело к увеличению суммы уплаченных физическими лицами таможенных платежей в 4 раза, в то время как годовой рост общего количества МПО почти в 2 раза в 2015 году по сравнению с 2014 годом сопровождался снижением таких платежей на 30 %.

Приведенные выше данные таможенной статистики подтверждаются также сведениями Министерства связи и информатизации Республики Беларусь, согласно которым общее число мелких пакетов, посылок и отправок ускоренной почты EMS возросло с 6,6 млн МПО в 2014 году до 12,5 млн МПО в 2015 году и до 12,7 млн МПО в 2016 году.

За последние годы в Республике Беларусь принят комплекс законодательных мер, обеспечивающих цивилизованные условия ведения интернет-торговли и защиту прав потребителей.

Закон Республики Беларусь от 9 января 2002 года № 90-З «О защите прав потребителей» и постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 года № 31 «Об утверждении Правил осуществления розничной торговли по образцам» предусматривают следующие требования к данной форме торговли. Запрещена онлайн-продажа ювелирных изделий, пиротехники, лекарственных средств, биологически активных добавок, ветеринарных средств, оружия, специализированной продукции для питания спортсменов, алкогольных напитков, семян мака, табачной продукции.

Законодательством определен объем информации, обязательной для предоставления потребителю, поскольку в интернет-торговле потребитель делает выбор товара исключительно на основе этой информации.

На главной странице сайта интернет-магазина продавец обязан поместить информацию о своем наименовании, месте нахождения, режиме работы, дате регистрации в торговом реестре, способах оплаты товаров.

На сайте также должны быть размещены образец выдаваемого продавцом кассового чека; стоимость и способы доставки товаров; информация о товаре (наименование и адрес изготовителя, импортера, гарантийной мастерской, наименование товара и его основные потребительские свойства, цена, гарантийный срок, установленный изготовителем). Данная информация должна быть представлена на русском или белорусском языке, а позже передана потребителю вместе с товаром. Непредоставление указанной информации является в Беларуси не только административным нарушением, но и основанием для возврата потребителем товара и истребования уплаченных денег.

С июля 2013 года оплата товаров в интернет-магазине осуществляется только с применением кассовых суммирующих аппаратов.

Расчеты осуществляются по выбору потребителя в наличной или безналичной форме. Безналичная форма расчетов позволяет легализовать сделку и доказать факт ее существования. Продавец обязан предоставить покупателю возможность использовать безналичную форму оплаты, выбор способа оплаты – на усмотрение продавца (через кассы банков, объекты почтовой связи, наложенным платежом при доставке товаров по почте или другим способом). По

данным Национального банка Республики Беларусь, безналичные расчеты в 2017 году составили 37,7 %.

Информацию о проведенной сделке продавец обязан хранить в течение двух лет.

В рамках развития интернет-торговли реализована возможность осуществления операций в интернет-магазинах на территории Республики Беларусь и за ее пределами с использованием банковских платежных карт и электронных денег. При осуществлении операций с использованием платежных карт плательщик и получатель идентифицированы, так как отправитель использует платежную карту, выданную к счету плательщика, открытому в банке, а получатель для приема платежей заключает договор с банком, организующим автоматизированные точки приема пластиковых банковских карт.

В случае когда платежи с использованием электронных денег осуществляются на электронный кошелек продавца за пределами Республики Беларусь, идентификация владельца электронного кошелька продавца проводится в соответствии с законодательством государства, в котором открыт электронный кошелек. При этом плательщик в Республике Беларусь должен быть идентифицирован в соответствии с законодательством Республики Беларусь, вне зависимости от того, осуществляет он перевод денежных средств или платеж с использованием электронных денег.

От товара покупатель вправе отказаться в любое время до его передачи, а после передачи товара – в течение 14 дней (при этом постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 14 июня 2002 года № 778 «О мерах по реализации Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» определен перечень качественных непродовольственных товаров, которые не подлежат возврату: технически сложные товары, игрушки, детская одежда, средства гигиены, некоторые виды стройматериалов, метражный товар).

В случае приобретения некачественного товара потребитель имеет право предъявить продавцу в течение гарантийного срока, а если он менее двух лет, то в течение двух лет со дня продажи одно из требований: о бесплатном ремонте, замене, об уменьшении стоимости (при сохранении товара) или полном возврате денег (при возврате товара). Изготовителю указанные требования потребитель вправе предъявить в течение срока службы товара.

В случае если продавец не известен или находится в стадии банкротства, претензии по некачественному импортному товару можно предъявить импортеру с требованием о бесплатном ремонте, а при неисполнении требования – потребовать возврата денег.

Если на дату возврата некачественного товара его стоимость возросла, потребителю возвращается эта повышенная стоимость товара в течение 7 дней со дня заявления требования, а при необходимости проведения экспертизы – 14 дней.

Продавец обязан оповестить потребителя о месте и времени экспертизы в письменном виде и провести экспертизу за свой счет.

В целях обеспечения защиты прав потребителей интернет-магазинов, размещенных на интернет-площадках, на владельцев таких площадок Законом Республики Беларусь от 8 января 2014 года № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» возложена обязанность:

направлять субъекту торговли поступающие владельцу информационного ресурса замечания и предложения о работе такого субъекта торговли;

принимать меры по соблюдению продавцами требований Закона «О защите прав потребителей».

Также предусмотрено право владельца интернет-площадки в случае неоднократного в течение года нарушения продавцом законодательства о защите прав потребителей или торговли (подтвержденного представлением уполномоченного государственного органа) расторгнуть договор с недобросовестным продавцом.

На территории Республики Беларусь отсутствуют специфические требования, касающиеся безопасности товаров, поступающих на территорию республики посредством трансграничной электронной торговли. Республика Беларусь руководствуется общепринятыми нормами и принципами технического регулирования, изложенными в разделе X Договора о Евразийском экономическом союзе от 8 мая 2015 года, и техническими регламентами Таможенного союза, устанавливающими обязательные требования к безопасности товаров.

Если в товаросопроводительных документах имеется ссылка на соответствие данного товара ГОСТ и (или) государственный стандарт Республики Беларусь (СТБ), данный товар должен соответствовать требованиям, изложенным в указанных ГОСТ и (или) СТБ.

В случае если спор между продавцом и потребителем не разрешен в добровольном порядке, потребитель имеет право обратиться в местные исполнительные и распорядительные органы. Местные исполнительные и распорядительные органы осуществляют досудебное разбирательство, выдают предписание субъекту торговли о прекращении нарушения прав потребителя, а если в досудебном порядке субъект не исполнил обоснованные требования потребителя, обращаются в суд с иском о защите прав потребителя.

Потребители освобождены от государственной пошлины по искам о нарушении их прав, предусмотренных Законом «О защите прав потребителей», а также за подачу кассационных и надзорных жалоб по таким делам.

Типичные нарушения, допускаемые в интернет-торговле:

осуществление торговли без регистрации интернет-магазина в торговом реестре, а также реализация товаров через социальные сети;

непредоставление информации о продавце;

непредоставление или предоставление недостоверной информации о товаре (об изготовителе и импортере, потребительских свойствах товаров, о наличии товара в продаже);

доставка товаров с нарушением сроков;

изменение цены товара, после подачи заявки на приобретение товара.

Нарушение правил торговли и услуг влечет административную ответственность по статье 12.17 Кодекса об административных правонарушениях Республики Беларусь в виде штрафа до 10 базовых величин, в случае повторного нарушения – до 30 базовых величин.

В настоящее время цифровые технологии изменяют характер многих услуг и продуктов. Привычными для потребителей стали услуги по обеспечению онлайн-оплаты покупки товаров, жилищных коммунальных услуг, мобильной связи, Интернета, приобретению железнодорожных и авиабилетов, вызову такси и др.

В этой связи актуальным становится вопрос о просвещении потребителей по вопросам эффективного использования цифровых технологий и возможности защиты прав в виртуальном мире. В рамках проведения Дня потребителя 15 марта 2018 года под лозунгом «Сделаем цифровые рынки справедливыми и честными» Министерством антимонопольного регулирования и торговли, Министерством связи и информатизации, Национальным банком и другими республиканскими органами была организована работа горячих линий и консультационных пунктов, выступления на радио и телевидении по вопросам тематики Дня потребителя. На официальных сайтах государственных органов на постоянной основе ведется соответствующая просветительская работа.

2.2. Республика Казахстан

Сфера электронной торговли является одной из важных областей развития экономики Казахстана. Совершенствуются законодательные и практические аспекты осуществления электронной коммерции.

Развитие электронной торговли является одним из приоритетных направлений Государственной программы «Цифровой Казахстан», утвержденной постановлением Правительства Республики Казахстан от 12 декабря 2017 года № 827.

Отношения в сфере электронной коммерции регулируются Гражданским кодексом Республики Казахстан, законами Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года № 544-ІІ «О регулировании торговой деятельности», от 4 мая 2010 года № 274-ІV «О защите прав потребителей» и Правилами осуществления электронной торговли, утвержденными приказом и.о. Министра национальной экономики Республики Казахстан от 25 ноября 2015 года № 720.

Для поддержки и развития электронной торговли в 2017 году утверждена и реализуется Дорожная карта по развитию электронной торговли в Республике Казахстан на 2018–2020 годы.

В целях совершенствования законодательства по электронной коммерции в новый Налоговый кодекс включены нормы по снижению до 0 % ставки индивидуального подоходного налога (ИПН) и корпоративного подоходного налога (КПН) на доходы, получаемые в сфере электронной торговли сроком на 5 лет.

Для регистрации субъектов малого и среднего бизнеса (МСБ) в электронной торговле приняты приказы министров национальной экономики и финансов о начале деятельности в электронной торговле, представлении сведений лицами о доставке товаров, об использовании норм налогового законодательства по освобождению от уплаты КПП и ИПН, о проведенных банковских операциях и движении денег на счетах.

Для стимулирования и снижения комиссий в безналичном обороте Национальным Банком Республики Казахстан разрабатывается система упрощенного механизма моментальных мобильных платежей со сроком реализации и внедрения в пилотном проекте в конце 2018 года.

Реализация данной системы направлена на расширение безналичных платежей в мелкой рознице, развитие дистанционных финансовых сервисов и построение эффективной и доступной платежной инфраструктуры.

В целях повышения цифровой и финансовой грамотности предпринимателей Национальной палатой предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» планируется обучение базовым цифровым навыкам в рамках программы «Предоставление сервисной поддержки ведения предпринимательской деятельности», предусмотрено консультирование в сфере информационных технологий, которое включает создание и ведение бизнеса в Интернете.

В рамках проекта «Бизнес – Советник» начато обучение субъектов МСБ, а также населения в части предпринимательской инициативы в электронной коммерции.

Проведены семинары-тренинги по базовым и практическим цифровым навыкам для МСБ в 18 городах (обучено 525 субъектов МСБ). Планируется обучить около 12 тыс. субъектов МСБ.

Для повышения компетенции бизнеса в электронной коммерции на базе АО «Казпочта» в г. Астане открыт центр электронной коммерции, который оказывает услуги по обучению, сервисному ведению онлайн-торговли и созданию интернет-магазинов.

В центре электронной коммерции обслуживаются 40 интернет-магазинов, общий объем отправок с товарными вложениями составил более 200 тыс.

На базе центров электронной коммерции для повышения предпринимательской грамотности АО «Казпочта» планирует оказывать услуги по созданию интернет-магазинов, а также открыть 150 интернет-магазинов.

В 2018 году проведены 16 семинаров МСБ в регионах и 12 мероприятий для повышения компетенции в сфере электронной коммерции.

Школы экспорта по обучению предпринимателей навыкам и процессам для продажи товаров на глобальных интернет-площадках «Amazon» в США, «Alibaba» в Китае и других позволят обучить 5 тыс. субъектов МСБ и ежегодно экспортировать около 1,8 млн товаров.

С 2018 года для развития инфраструктуры логистики ведется работа по созданию двух логистических хабов и сортировочных центров. При этом количество обрабатываемых посылок увеличится на 20 % с 5,148 до 6 млн, а сроки доставки по Казахстану сократятся с 15 до 6 дней.

Физические лица через почтовые компании имеют право каждый месяц завозить товар, стоимость которых не превышает сумму, эквивалентную 1 тыс. евро, и общий вес которых не превышает 31 кг.

В рамках единого республиканского медиаплана «Куатты Казакстан» предусмотрена отдельная тематическая линия «Технологическое обновление и цифровизация», включающая мероприятия по информационному продвижению и вовлечению бизнеса в электронную торговлю.

АО «Казпочта» разработан медиаплан на 2018 год для информационного сопровождения внедрения электронной коммерции, алгоритма открытия интернет-магазина, условий для развития онлайн-бизнеса, подготовлено 3 информационных видеоролика.

В эфире республиканских телеканалов «Qazaqstan», «Хабар», «Хабар 24» организована трансляция видеоролика «О предоставлении услуг в электронном формате», с января 2018 года программы транслируются на региональных телеканалах, а также размещены на сайтах структурных подразделений администраций и в социальных сетях на официальных страницах местных исполнительных органов.

Объем электронной торговли в Казахстане в 2017 году по сравнению с 2016 годом вырос почти на 30 %, до 189 млрд тенге. В 2018 году прогнозируется увеличение рынка на 29,6 %. За I квартал 2018 года рынок электронной торговли вырос на 42 %.

В 2017 году в Казахстане насчитывалось 1,35 млн покупателей в режиме онлайн. Доля электронной торговли в рознице выросла с 1,8 % в 2016 году до 2,6 % в 2017 году. Прогноз на 2018 год составляет 3,1 %.

В этой сфере в Казахстане функционируют более 900 компаний. В настоящее время на территории Казахстана функционируют следующие электронные торговые площадки (товарные агрегаторы): darbazar.kz, zodel.com, postmarket.kz, kolesa.kz, krisha.kz и др. Деятельность агрегаторов регулируется Законом Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года № 544-ІІ «О регулировании торговой деятельности» и Правилами осуществления электронной торговли.

В сфере электронной торговли занято около 68 тыс. человек и 677 тыс. человек в смежных отраслях. В 2017 году были совершены 74 млн заказов, доставлено 21,9 млн посылок.

Факторы, положительно влияющие на электронную торговлю:

рост численности пользователей Интернета всех возрастных категорий, он становится быстрее и доступнее, вследствие чего растет аудитория Интернета;

рост численности и ассортимента отечественных и зарубежных интернет-магазинов. Электронная торговля ищет новые формы, продукты, географию и схемы влияния;

рост численности платежных карт и создание эффективной законодательной базы в Республике Казахстан в сфере безналичных расчетов;

совершенствование законодательной базы в сфере электронной коммерции.

Факторы, сдерживающие рост электронной торговли включают:

географические ограничения деятельности существующих интернет-магазинов в Республике Казахстан (большинство интернет-магазинов в Республике Казахстан работают только в г. Алматы и г. Астане);

недостаток знаний и навыков субъектов предпринимательской деятельности в онлайн-продажах. Для развития интернет-магазина нужно не только обладать базовыми компетенциями в ведении бизнеса, но и понимать, как создавать и продвигать дополнительный эффективный онлайн-канал продаж;

недоверие потребителей к продавцам, что связано прежде всего с отсутствием у потенциальных покупателей полной и достоверной информации об интернет-продавцах и о товарах.

Развитие данного сегмента потребительского рынка выявило неурегулированные отношения товарных посредников и электронных торговых площадок. Отсутствуют требования к участникам электронной торговли, действенные механизмы по контролю и принятию мер в отношении нарушителей требований законодательства в области торговой деятельности. В этой связи отсутствует возможность установления местонахождения продавцов, возбуждения административного производства и принятия мер к нарушителям. Данные обстоятельства также порождают недоверие потребителей и препятствуют развитию системы электронной торговли.

В Казахстане процедуры обмена и возврата товаров регулируются Законом Республики Казахстан от 4 мая 2010 года № 274-IV «О защите прав потребителей» и Гражданским кодексом Республики Казахстан.

В соответствии со статьей 14 Закона «О защите прав потребителей» предусматривается, что покупатель вправе в течение 14 дней со дня передачи ему недовольственного товара, если более длительный срок не объявлен продавцом (изготовителем), обменять купленный товар в месте покупки или иных местах, объявленных продавцом (изготовителем), на аналогичный товар другого размера, формы, габарита, фасона, расцветки, комплектации и т.п. либо на другой товар по соглашению сторон, произведя в случае разницы в цене необходимый перерасчет с продавцом. При отсутствии необходимого для обмена товара у продавца (изготовителя) покупатель вправе вернуть приобретенный товар продавцу (изготовителю) и получить уплаченную за него денежную сумму.

Согласно статье 30 Закона «О защите прав потребителей» предусматриваются обязанности продавца (изготовителя) по обеспечению обмена или возврата недовольственного товара надлежащего качества, если он не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, ярлыки, а также документ, подтверждающий факт приобретения товара, в течение 14 календарных дней, если более длительный срок не установлен договором со дня приобретения товара, за исключением: лекарственных средств, изделий медицинского назначения; нательного белья; чулочно-носочных изделий; животных и растений; метражных товаров, а именно тканей из волокон всех видов, трикотажного и гардинного полотна, меха

искусственного, ковровых изделий, нетканых материалов, лент, кружева, тесьмы, проводов, шнуров, кабелей, линолеума, багета, пленки, клеенки.

Также продавец (изготовитель) обязан обеспечить обмен или возврат товара, проданного с истекшим сроком годности, не соответствующего требованиям, установленным техническими регламентами, нормативными документами на продукцию, в том числе выпущенного с нарушением прав интеллектуальной собственности, независимо от его употребления, сохранения товарного вида, потребительских свойств, пломб, ярлыков, в течение 30 календарных дней со дня приобретения товара с возвратом потребителю денежной суммы за купленный товар.

Законом «О защите прав потребителей» предусмотрены требования по недопущению реализации товара, подлежащего обязательному подтверждению соответствия, в том числе импортного товара, без соответствующих сертификатов соответствия или декларации о соответствии.

За первое полугодие 2017 года из 3,3 тыс. обращений потребителей, рассмотренных уполномоченным органом, 942 (28 %) обращения касались качества товаров, комплектности, непригодности к применению, несоответствия заявленным требованиям, модели, производителя. Во всех случаях отсутствовала обратная связь с потребителем.

Для стимулирования развития электронной торговли в рамках специальной экономической зоны «Хоргос-Восточные ворота» между Сухим портом «KTZE Khorgos Gateway» и АО «Казпочта» планируется открытие места международного почтового обмена, которое позволит увеличить объем интернет-торговли. Прорабатывается вопрос организации транзита почтовых отправок товаров электронной коммерции через международный центр приграничного сотрудничества «Хоргос».

Развитие электронной торговли в Республике Казахстан осуществляется за счет формирования оптимальных логистических маршрутов перевозок товаров, в том числе за счет: совершенствования транспортной инфраструктуры и привлечения инвестиций; повышения качества предоставляемого сервиса, который включает широкий спектр предложений по логистическим, складским, таможенным услугам; применения информационных систем управления, осуществляющих учет и анализ операций и услуг; либерализации таможенного администрирования.

2.3. Кыргызская Республика

В Кыргызской Республике рынок электронной коммерции динамично развивается. Тем не менее существуют некоторые проблемы, препятствующие росту данной отрасли, в частности граждан к покупке в онлайн-магазине, неудобство потребителя при оплате за приобретенный товар (часто оплата производится через терминалы) и т.д.

Закон Кыргызской Республики от 10 декабря 1997 года № 90 «О защите прав потребителей» был дополнен статьей 24.1 «Дистанционный способ продажи товаров».

Договор розничной купли-продажи товара может быть заключен на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и др.), Интернета или иными, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара), способами. Продавцом (изготовителем) до заключения договора должна быть предоставлена потребителю информация об основных потребительских свойствах товара, адресе (месте нахождения) продавца, месте изготовления товара, полном фирменном наименовании продавца (изготовителя), цене и условиях приобретения товара, его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора.

Потребителю в момент доставки товара должна быть в письменной форме предоставлена информация о товаре, порядке и сроках возврата товара, предусмотренная указанным Законом.

Потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара – в течение 5 дней.

В случае если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, потребитель вправе отказаться от товара в течение 3 месяцев с момента передачи товара.

Возврат товара надлежащего качества возможен в случае, если сохранены его товарный вид, потребительские свойства, а также документ, подтверждающий факт и условия покупки указанного товара. Отсутствие у потребителя документа, подтверждающего факт и условия покупки товара, не лишает его возможности ссылаться на другие доказательства приобретения товара у данного продавца.

При отказе потребителя от товара продавец должен возвратить ему денежную сумму, уплаченную потребителем по договору, не позднее чем через 10 дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования.

На территории Кыргызской Республики услуги по эмиссии и эквайрингу банковских платежных карт предоставляют 25 коммерческих банков.

Справочно: эквайринг – общий термин, которым обозначается технология приема банковских кредитных и дебетовых пластиковых карт в качестве основного средства для оплаты товаров и услуг.

Общее число банковских платежных карт в обращении по состоянию на 1 января 2018 года составило более 2,1 млн карт (Visa, MasterCard, Золотая Корона – 55 %, национальная система «Элкарт» – 45 %).

Объем электронной коммерции в Кыргызстане ежегодно растет. Среднегодовой темп прироста рынка электронной коммерции за период 2016–2018 годов составил 12 %. Функционируют следующие электронные торговые площадки (товарные агрегаторы): «qooovee», «tender.Pro». На стадии

подготовки находятся проекты постановлений Правительства Кыргызской Республики «О создании электронной торговой площадки» и «О порядке функционирования электронной торговой площадки».

Основными нарушениями прав потребителей при приобретении товаров и услуг дистанционным способом в Интернете могут являться:

несвоевременное предоставление потребителю необходимой и достоверной информации о товарах (работах, услугах), обеспечивающей возможность их правильного выбора;

уклонение от расторжения договора купли-продажи и возврата уплаченной за товар денежной суммы;

сокрытие или неполное раскрытие информации о продавце (изготовителе, исполнителе);

нарушение сроков поставки товаров и услуг;

несоответствие товара тем описаниям, которые были представлены посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и др.), Интернета при составлении договора купли-продажи.

2.4. Республика Молдова

Область электронной коммерции в Республике Молдова регулируется Законом от 22 июля 2004 года № 284-XV «Об электронной торговле». Закон устанавливает принципы регулирования электронной торговли, условия предоставления услуг информационного общества, ответственность поставщиков услуг и посредников, а также принцип поддержки сотрудничества между Республикой Молдова и другими государствами в процессе предоставления услуг информационного общества.

В 2017 году были внесены дополнения в Закон «Об электронной торговле» в целях гармонизации с Директивой от 8 июня 2000 года № 2000/31/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского союза «О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции» (Директива об электронной коммерции).

Главной целью предложенных изменений является адаптация Закона «Об электронной торговле» к Директиве об электронной коммерции. Новый закон позволит устранить существующие пробелы в законодательной и нормативной базе Молдовы, а также применять новые правила с учетом европейских норм.

Поправки в Закон «Об электронной торговле» позволят расширить сферу применения указанного Закона, который будет распространяться на все услуги информационного общества.

Исключением будут виды профессиональной деятельности, связанные с юридическим представлением в судебных инстанциях и органах уголовного преследования, азартными играми с денежными выигрышами, лотереями и пари, контрактными отношениями между работником и работодателем,

государственными электронными услугами, а также продажей личного имущества физическими лицами, не зарегистрированными в качестве предпринимателей.

В действующий Закон «Об электронной торговле» включены некоторые обязательства поставщиков услуг по защите персональных данных. Так, при обработке персональных данных поставщики услуг будут обязаны соблюдать режим конфиденциальности, предпринимать технические и организационные меры для защиты персональных данных от незаконного или случайного доступа к ним, блокирования, копирования, незаконного распространения и других незаконных действий. Поставщик услуг также должен будет предоставить право на отказ от сбора персональных данных и сделать общедоступными другие условия обработки данных. Например, оговорить случаи, когда персональные данные получателей услуги могут быть раскрыты третьим сторонам.

Отдельная глава касается ответственности поставщиков услуг в области электронной торговли, в том числе посредников. Здесь оговариваются требования относительно временного или постоянного хранения информации.

Также существенно изменена часть, касающаяся мониторинга и контроля услуг информационного общества. Предусмотрено, что за соблюдением норм о защите потребителей в процессе продажи товаров и предоставления услуг посредством электронных средств будет следить Агентство по защите прав потребителей и надзору за рынком. Контроль легитимности обработки персональных данных в области электронной торговли будет выполнять Национальный центр по защите персональных данных. Контроль в области электронной торговли будет осуществляться и другими уполномоченными органами в соответствии с Законом Республики Молдова от 8 июня 2012 года № 131 «О государственном контроле предпринимательской деятельности».

Применение Закона «О государственном контроле предпринимательской деятельности» предоставит больше возможностей для развития онлайн-торговли в Молдове и обеспечит стимулирование экономического роста предприятий, увеличение инвестиций в инновации, которые развиваются через электронные системы и содействуют повышению конкурентоспособности предприятий всех уровней в Республике Молдова.

Закон Республики Молдова от 22 июля 2004 года № 284-XV «Об электронной торговле» дополнен положениями законов от 13 марта 2003 года № 105 «О защите прав потребителей», от 8 июля 2011 года № 133 «О защите персональных данных», от 18 мая 2012 года № 114 «О платежных услугах и электронных деньгах», от 29 мая 2014 года № 91 «Об электронной подписи и электронном документе», от 26 февраля 2016 года № 8 «О правах потребителей при заключении договоров».

Установленное законодательством ограничение ввоза товаров в адрес физических лиц без уплаты таможенных пошлин и сборов составляет 300 евро.

В Республике Молдова в отношении процедуры возврата или обмена товара, приобретенного в Интернете, согласно статье 18 часть 2 Закона от 13 марта 2003 года № 105-XV «О защите прав потребителей» установлено, что в случае наличия несоответствия потребитель вправе требовать от продавца приведения продукта в

соответствие бесплатно путем ремонта или замены, или соразмерного уменьшения цены либо возврата стоимости данного продукта путем расторжения договора. Любой ремонт или замена продукта производится в пределах разумного срока, письменно согласованного между продавцом и потребителем, без причинения существенных неудобств потребителю, учитывая свойства продукта и цель, для которой продукт необходим потребителю. Установленный срок не должен превышать 14 календарных дней со дня информирования продавца потребителем о наличии несоответствия продукта. Данный срок может быть продлен только с согласия потребителя и установлен в договоре.

В соответствии с требованиями, касающимися безопасности товаров (статья 11 часть 2 Закона от 22 июля 2004 года № 284 «Об электронной торговле»), определено, что исходящие от агента электронной торговли оферты либо информация о предлагаемых товарах, работах или услугах должны представляться в электронной форме, позволяющей воспроизвести информацию без искажения и составить достоверное представление об агенте электронной торговли, а также о предлагаемых им товарах, работах или услугах, ценах и тарифах на них и условиях их продажи, выполнения или оказания. Согласно статье 11 часть 3 указанного Закона агенты электронной торговли несут ответственность за предоставление недостоверной информации государственным контрольным органам или субъектам электронной торговли, а также за использование недобросовестных коммерческих практик.

Согласно статье 7 Закона от 13 марта 2003 года № 105-XV «О защите прав потребителей» запрещаются:

производство, хранение, предоставление на рынке и реализация продуктов, оказание услуг, которые не соответствуют основным требованиям, предусмотренным в применяемых технических регламентах или нормативных документах, или которые в нормальных условиях их использования могут подвергнуть опасности жизнь, здоровье, наследственность и безопасность потребителей;

производство, импорт, предоставление на рынке, хранение, выставление на продажу и реализация фальсифицированных (поддельных) продуктов;

производство, предоставление на рынке, хранение, выставление на продажу и реализация продуктов, оказание услуг с нарушением установленных в нормативных документах требований качества;

предоставление на рынке, хранение, выставление на продажу и реализация продуктов, оказание услуг без сертификата соответствия или декларации о соответствии, а также без документов о происхождении, если это предусмотрено законодательством, либо с незаконным использованием знака соответствия;

импорт, предоставление на рынке и реализация продуктов с истекшим сроком годности;

изменение срока годности, указанного на продукте, этикетке, упаковке или в сопроводительных документах.

Продукты, предоставляемые на рынке, должны сопровождаться сертификатами соответствия или декларациями о соответствии, другими документами согласно Закону «О защите прав потребителей».

Производитель обязан указать в сопроводительных документах к продукту, услуге, на этикетке или иным образом правила безопасного использования, хранения и транспортирования продукта, услуги, а продавец, исполнитель должен довести их до сведения потребителя.

При определении меры борьбы с недобросовестными потребительскими практиками покупки товаров в Интернете (статья 14 Закона от 13 марта 2003 года № 105-ХV «О защите прав потребителей») предусмотрены следующие действия.

В целях прекращения и пресечения недобросовестных коммерческих практик лица или органы, которые в соответствии с законодательством имеют законные основания, имеют право:

предъявить иск в судебную инстанцию;

обратиться в Агентство по защите прав потребителей в целях принятия им соответствующего решения или предъявления судебных исков против коммерсантов, осуществлявших или способных осуществлять недобросовестные коммерческие практики;

в случае несогласия с содержанием обращения коммерсанты должны представить доказательства некорректности приведенных в обращении утверждений в связи с осуществляемой ими коммерческой практикой и обязаны по требованию судебных инстанций или Агентства по защите прав потребителей предоставить им документы, подтверждающие необоснованность утверждений обращения;

в случае если предусмотренные частью 2 документы не представлены в разумный, но не превышающий 15 календарных дней срок и (или) если представленные документы признаются недостаточными, приведенные в обращении утверждения считаются обоснованными.

В соответствии с Законом от 6 апреля 2017 года № 59 «О внесении изменений и дополнений в Закон от 22 июля 2004 года № 284-ХV «Об электронной торговле», вступившим в силу с 5 января 2018 года, статья 91 «Защита персональных данных» предполагает, что при обработке персональных данных поставщики услуг обязаны соблюдать режим конфиденциальности данных, принимать организационные и технические меры, необходимые для защиты персональных данных от незаконного или случайного доступа к ним, удаления, изменения, блокирования, копирования, незаконного или неавторизованного распространения, а также от других незаконных действий.

Поставщики услуг должны сообщать о сроках и условиях обработки персональных данных и предоставлять информацию о регистрационном номере в качестве оператора персональных данных, категориях информации, собираемой от потребителя, цели сбора и способе обработки персональных данных, правах потребителя в качестве субъекта персональных данных, в частности о праве на вмешательство и возражение, а также порядке осуществления этих прав, о случаях, когда персональные данные могут быть

раскрыты третьим сторонам, контактном пункте для представления запросов потребителей, касающихся их персональных данных. Поставщик услуг может предоставить также общую информацию об организационных и технических мерах, принимаемых для защиты персональных данных потребителей.

В случае необходимости обработка персональных данных в целях предотвращения, расследования и выявления незаконных действий, связанных с услугами информационного общества, осуществляется без согласия лица, к которому данные относятся.

Если потребитель считает, что имело место нарушение его прав на защиту персональных данных, он может обратиться с жалобой в национальный орган по защите персональных данных, который без ущемления полномочий других органов государственной власти должен осуществлять контроль законности операций по обработке персональных данных и проинформировать потребителя согласно положениям статьи 27 Закона от 8 июля 2011 года № 133 «О защите персональных данных».

2.5. Российская Федерация

Если доля населения в мире, имеющего доступ к Интернету, выросла с 1 % в 1995 году до почти 50 % в 2017 году, то в России этот показатель составил 72,8 %.

Системное развитие цифровых технологий как основы для трансформации национальной экономики и социального развития вошла в число важнейших государственных задач. Важным фактором стало принятие Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 года № 203, и программы «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 года № 1632-р.

Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы определила цели, задачи и меры, направленные на развитие информационного общества, формирование национальной цифровой экономики, обеспечение национальных интересов и реализацию стратегических национальных приоритетов. В качестве таких приоритетов названы:

- формирование и развитие правосознания граждан, потребительской и пользовательской культуры;

- создание программного обеспечения для широкого использования гражданами, субъектами предпринимательства, органами власти, в том числе на основе обработки больших объемов данных, применения облачных технологий и интернета вещей;

- защита граждан от контрафактной и некачественной продукции;

- применение мер таможенного контроля в отношении товаров, заказанных с использованием Интернета;

- обеспечение сертификации и лицензирования товаров и услуг, ввозимых в Российскую Федерацию, в том числе приобретаемых с использованием Интернета;

обеспечение баланса между своевременным внедрением современных технологий обработки данных и защитой прав граждан, включая право на личную и семейную тайну;

повышение степени защищенности персональных данных;

проведение мероприятий по защите прав российских потребителей при продаже товаров с использованием Интернета и дистанционном оказании услуг;

обеспечение безопасности проведения в Интернете финансовых операций, прозрачности трансграничных платежей (идентификация плательщика, получателя, назначение платежа);

совершенствование механизмов ограничения доступа к информации, распространение которой в Российской Федерации запрещено федеральным законом, и ее удаления;

обеспечение создания и функционирования на территории Российской Федерации представительств иностранных организаций для работы с жалобами и обращениями российских граждан и исполнения требований государственных органов;

выполнение требований законодательства Российской Федерации иностранными участниками российского рынка наравне с российскими организациями;

обеспечение иностранным организациям, оказывающим услуги на территории Российской Федерации, возможности создания своих представительств в России, а также совместных предприятий с крупными российскими организациями на паритетных условиях;

увеличение за счет применения новых технологий объема несырьевого российского экспорта, в первую очередь товаров и услуг, пользующихся спросом у иностранных потребителей;

обеспечение поддержки выхода российских организаций на зарубежные рынки товаров и услуг;

обеспечение участия российских государственных органов и организаций в разработке международных договоров и иных документов в сфере цифровой экономики.

Интенсивная работа по указанным направлениям существенно повлияет как на правовое положение потребителей, так и на формирование национальных и трансграничных бизнес-практик.

Правительство Российской Федерации распоряжением от 28 июля 2017 года № 1632-р утвердило программу «Цифровая экономика Российской Федерации». Программой определены пять базовых направлений развития цифровой экономики в России на период до 2024 года: нормативное регулирование, кадры и образование, формирование исследовательских компетенций и технических заделов, информационная инфраструктура и информационная безопасность. В настоящее время утверждены планы мероприятий по каждому направлению данной программы.

Согласно планам мероприятий по направлениям «Информационная безопасность» и «Информационная инфраструктура» планируется:

увеличить долю граждан, повысивших грамотность в сфере информационной безопасности, медиапотребления и использования интернет-сервисов, с 10 % в 2018 году до 50 % в 2024 году;

уменьшить долю внутреннего сетевого трафика Российского сегмента Интернета, маршрутизируемую через иностранные серверы, с 50 % в 2018 году до 10 % в 2024 году;

увеличить долю домохозяйств, имеющих широкополосный доступ к Интернету (не менее 100 Мбит/с), до 97 % в 2024 году.

План мероприятий по направлению «Нормативное регулирование программы «Цифровая экономика Российской Федерации» определяет большой массив изменений, которые должны быть внесены в российское законодательство в 2018–2020 годах.

Наиболее важные из них касаются следующих нововведений:

уточнение правил электронной идентификации лица при совершении дистанционных сделок и применения электронной подписи;

формирование более эффективного электронного гражданского оборота посредством уточнения и, при необходимости, определения новых и/или уточнения существующих требований к формам сделок;

заключение страховыми агентами и страховыми брокерами договоров страхования в электронном виде;

совершенствование правил обработки информации и персональных данных, в том числе в части использования обезличенных данных, данных об используемом в рамках интернета вещей оборудовании, своевременного подключения к Интернету и безопасного функционирования устройств;

определение информации в качестве объекта гражданских прав, включение информации в хозяйственный оборот;

установление обязанности по обеспечению приема к оплате платежных карт и иных применимых безналичных средств платежа для всех организаций, осуществляющих продажу товаров дистанционным способом через Интернет;

реформирование законодательства в области сертификации в целях повышения конкурентоспособности российских технологий и российского бизнеса за счет перехода к электронной сертификации;

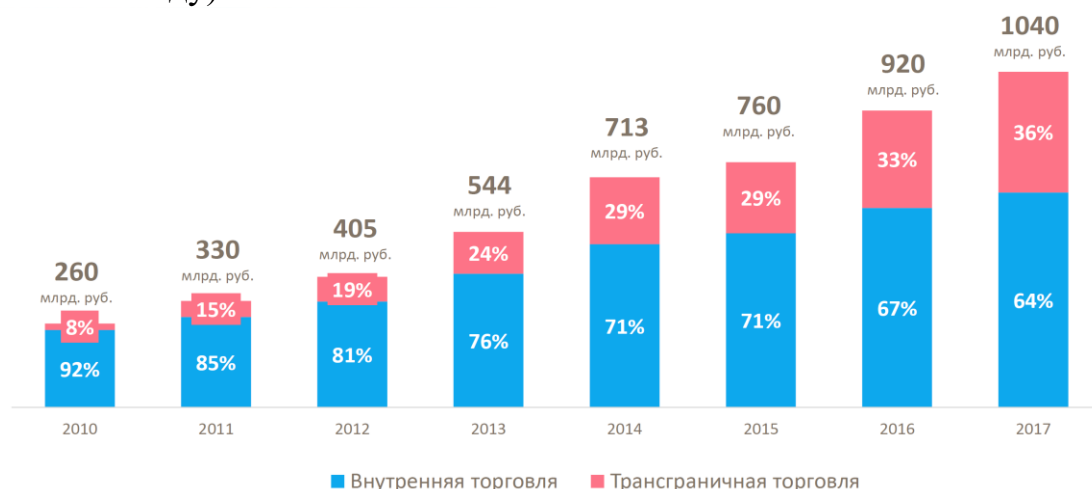
создание правовых оснований для работы с «большими данными»;

совершенствование электронного правосудия, в том числе порядка предоставления и оценки доказательств в электронной форме;

формирование правовой основы для создания электронной системы альтернативных механизмов разрешения споров (медиация и онлайн-разрешение споров).

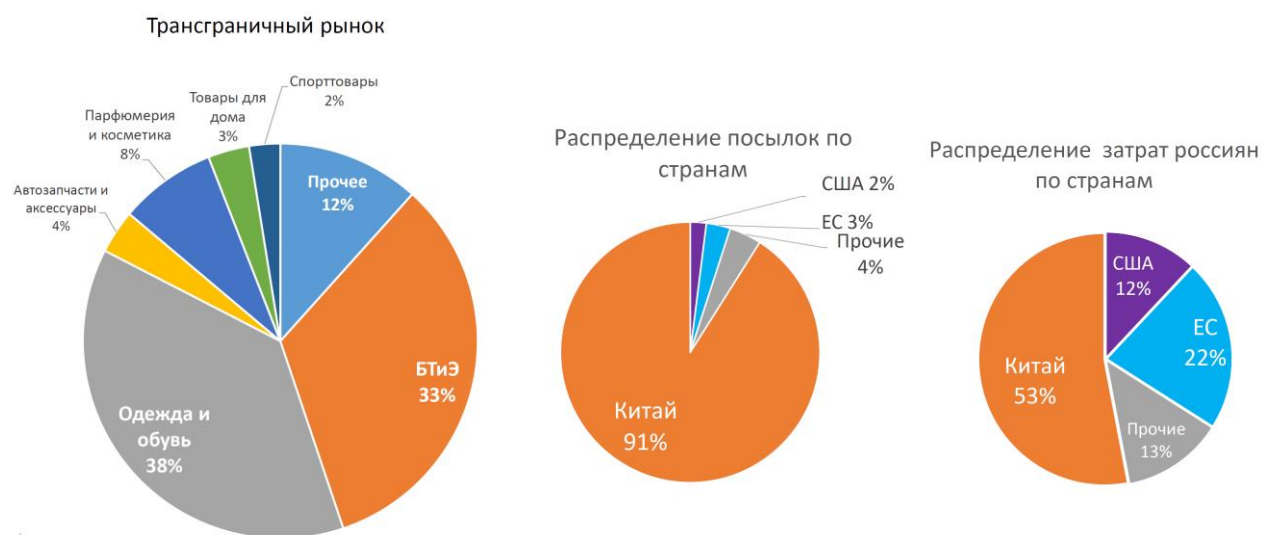
По данным экспертов, в 2017 году 36 % российского рынка онлайн-торговли пришлось на покупки в зарубежных интернет-магазинах. Доля трансграничной торговли с каждым годом увеличивается и за последние 6 лет практически удвоилась. Количество посылок, которые российские потребители получают из-за рубежа, увеличивается высокими темпами. За последние 4 года

наблюдается рост на 60–70 % каждый год (с 78 млн отправок в 2014 году до 380 млн в 2017 году).



Структура российского рынка интернет-торговли

Большая часть покупок приходится на такие категории товаров, как одежда и обувь (38 %), бытовая техника и электроника (33 %). В денежном выражении 42 % всех покупок приходится на жителей г. Москвы и Московской области. 53 % затрат россиян приходится на приобретение товаров в Китае, 22 % рынка принадлежит товарам, доставляемым из Европейского союза, 12 % – из США.



Структура зарубежных покупок российских потребителей

Рыночный потенциал крупнейших иностранных торговых площадок, создаваемые ими правила, рост их присутствия на трансграничных рынках сказываются на положении потребителей из других стран. Российский потребитель, с точки зрения действующих гражданско-правовых норм, находящийся под защитой российского потребительского законодательства, получив положительное судебное решение по спору с продавцом, исполнителем или электронной платформой – посредником из Китая, вынужден будет

прибегнуть к сложной и длительной процедуре исполнения судебного решения. Учитывая небольшой средний чек трансграничных покупок (по разным оценкам, средняя стоимость покупки в Китае составляет около 1 тыс. рублей), это представляется крайне неэффективным средством защиты прав потребителей по трансграничным сделкам.

Нехватка знаний и умений является препятствием к развитию цифровой экономики. Именно поэтому содействие продвижению грамотности потребителей электронной коммерции, а также появлению «уверенных пользователей» является основой обеспечения доверия потребителей рынкам электронной торговли.

В развитии глобальной трансграничной торговли многие эксперты усматривают риски не только для потребителей (в части обеспечения безопасности и качества товаров, а также их правильного выбора, учитывая языковые барьеры), но и макроэкономические риски, связанные с уязвимостью внутренней торговли развивающихся экономик, отсутствием равных условий для конкуренции, возможным протекционизмом.

По указанным выше причинам российской стороной предложены практические инициативы в рамках «Группы двадцати» (G20), включающие следующие предложения:

- запуск международного проекта, направленного на развитие цифровой грамотности и расширение доступа к цифровой экономике;

- создание единого информационного ресурса «Группы двадцати», на котором потребители всех стран могли бы получать полную информацию о потребительских организациях, государственных органах, уполномоченных осуществлять защиту прав потребителей, об интернет-площадках, где могут рассматриваться споры потребителей, о ресурсах по информированию потребителей о небезопасных товарах и услугах, а также системах, содержащих публичную информацию о подтверждении соответствия товаров обязательным требованиям;

- проведение совместного исследования перспектив формирования единых подходов и механизмов по международному взаимодействию по защите потребителей в контексте электронной (трансграничной) торговли, в том числе по вопросам, связанным с разрешением споров, возникающих в рамках трансграничной электронной коммерции, а также в области осуществления надзора за рынком товаров и услуг, доступных в Интернете.

В целях реализации государственной политики Российской Федерации в области защиты прав потребителей Правительство Российской Федерации 28 августа 2017 года утвердило Стратегию государственной политики Российской Федерации в области защиты прав потребителей на период до 2030 года. В соответствии со Стратегией основными нарушениями прав потребителей при приобретении товаров (услуг) дистанционным способом в Интернете являются:

- реализация опасных товаров, не соответствующих обязательным требованиям;

- непоставка товара (неоказание услуги) по оплаченному договору;
- нарушение сроков поставки товара (оказания услуги);
- реализация некачественного товара (услуги) или товара (услуги), не соответствующего описанию (ожиданию);
- целенаправленное введение в заблуждение потребителя относительно потребительских свойств товаров;
- сокрытие или неполное раскрытие информации о продавце (изготовителе, исполнителе);
- уклонение от рассмотрения требований потребителя;
- невозврат (уклонение от возврата) уплаченных потребителем средств;
- отказ потребителю в возмещении убытков (неустоек).

Для предотвращения появления недобросовестных практик со стороны хозяйствующих субъектов, которые отрицательно сказываются на потребителях, Стратегией предусматриваются в том числе:

- выявление в Интернете сайтов, используемых для совершения мошеннических действий (фишинговые сайты), в том числе в сфере персональных данных, и ограничение доступа граждан к таким сайтам;

- ограничение по требованию Банка России доступа к сайтам в Интернете, используемым с нарушениями законодательства Российской Федерации, регулирующего отношения на финансовом рынке, в том числе для совершения мошеннических действий на финансовом рынке.

С 1 января 2019 года вступил в силу Федеральный закон от 29 июля 2018 года № 250-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей», который был разработан Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека во исполнение соответствующего поручения Правительства Российской Федерации от 23 марта 2017 года № ОГ-П12-1691.

Федеральный закон направлен на защиту прав и интересов потребителей в их правоотношениях с теми профессиональными участниками потребительского рынка, которые, сформировав, по сути, новую нишу в сегменте электронной торговли, которая пока даже не имеет своего отечественного названия и чаще всего именуется маркетплейс (платформа электронной коммерции), до настоящего времени вообще никакой ответственности перед потребителями в рамках законодательства о защите прав потребителей не несли.

Указанный Федеральный закон должен стать реальным свидетельством практической имплементации в российскую юрисдикцию тех положений обновленных Руководящих принципов Организации Объединенных Наций для защиты потребителей, согласно которым (пункт 63) «государствам-членам следует прилагать усилия в целях укрепления доверия потребителей к электронной торговле, постоянно повышая прозрачность и эффективность своей политики в области защиты интересов потребителей и обеспечивая, чтобы уровень защиты интересов потребителей в области электронной торговли был не ниже того, который обеспечивается применительно к другим формам торговли».

Указанный Федеральный закон определяет правовое положение нового субъекта потребительских отношений – владельца агрегатора информации о товарах и услугах в Интернете, а также дополняет обязанности продавцов, исполнителей, уполномоченных организаций, уполномоченных индивидуальных предпринимателей по доведению достоверной информации о себе непосредственно на своем сайте или через информационный ресурс владельца агрегатора. Также им устанавливается ответственность владельца агрегатора, если указанная информация до потребителя не доводится (в том числе, если она отсутствует в полном объеме на сайте продавца (исполнителя)), а также определяется его ответственность за убытки, причиненные потребителю вследствие предоставления ему недостоверной информации о товаре (услуге) или продавце (исполнителе), на основании которой потребителем был заключен договор купли-продажи (договор возмездного оказания услуг) с продавцом (исполнителем).

В настоящее время ведется практическая работа по подготовке соответствующих изменений в постановления Правительства Российской Федерации от 27 сентября 2007 года № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» и от 2 мая 2012 года № 412 «Об утверждении Положения о федеральном государственном надзоре в области защиты прав потребителей».

Укрепление доверия онлайн-потребителей как залог развития дистанционной внутренней торговли и рынка онлайн-услуг. За последние 5 лет российский рынок интернет-торговли удвоился, а доля интернет-торговли в объеме розничных продаж составила почти 4 %.

Несмотря на стабильный рост этого сегмента торговли, в настоящее время существуют ряд барьеров, замедляющих его. Ключевой из них – отсутствие должного уровня доверия сервисам электронной торговли.

Главными причинами отказа от пользования услугами интернет-магазинов стали опасения за свою безопасность, нежелание покупать то, что нельзя посмотреть и потрогать перед заказом, а также отсутствие компетенций совершения онлайн-покупок при наличии желания научиться. В большей степени потребность в обучении испытывают мужчины старше 60 лет, а опасения за безопасность возникают у возрастных групп от 18 до 34 лет.

Наибольшее доверие у большинства покупателей вызывают российские интернет-магазины. Российским агрегаторам товаров доверяют до 50 % опрошенных.

Роспотребнадзор фиксирует ежегодный прирост жалоб потребителей в отношении хозяйствующих субъектов, чья деятельность по продаже товаров осуществляется посредством Интернета: если в 2012 году их было 3,4 тыс., то в 2017 году – 11,6 тыс. (в 3,5 раза больше). Таким образом, за последние 6 лет рынок электронной коммерции вырос в 2 раза, а количество жалоб – в 3,5 раза.

Объем рынка розничной торговли в 2017 году составил 28,3 трлн рублей. Количество поступивших жалоб составило 123 тыс. Объем рынка электронной

торговли за аналогичный период составил 1,1 трлн рублей, количество жалоб – 11,6 тыс. В сфере интернет-торговли потребители жалуются в 2,5 раза чаще.

Для России характерны те же проблемы, что и для всего мирового рынка интернет-торговли. В качестве примеров можно привести следующее.

Скрытое ценообразование. Некоторые интернет-магазины (а также сервисы предоставления услуг) в начале процесса покупки доводят до потребителя не полную либо заведомо недостоверную информацию о стоимости товара или услуги. К подобной схеме потребители относятся крайне негативно. Так, например, в ходе исследования Региональным общественным центром интернет-технологий (РОЦИТ) уровня доверия потребителей к сервисам электронной коммерции было установлено, что рост цены на товар в процессе оформления заказа является основной и главной причиной отказа в осуществлении покупки в российском интернет-магазине. Об этом заявили 68 % опрошенных потребителей.

За нарушение подобного рода Управлением Роспотребнадзора по Челябинской области было привлечено к ответственности ООО «Авиакомпания «Победа». Ответственность в виде штрафа в размере 30 тыс. рублей применена в связи с нарушением прав потребителей – взиманием сбора 2 % стоимости авиабилета при оформлении его покупки на сайте авиакомпании с немедленной оплатой банковской картой.

Ценовая дискриминация. Некоторые интернет-магазины используют тактику ценовой дискриминации, которая выражается в том, что потребителям предъявляются разные цены в зависимости от их местоположения, истории просмотров, ценового сегмента, к которому относится мобильное устройство потребителя.

Известны также случаи, когда крупный агрегатор такси проводил исследование о влиянии погоды или уровня заряда батареи на вероятность заказа со стороны потребителя услуги по более высокой цене.

Крупные платформы, такие как Amazon, также используют сложные алгоритмические модели ценообразования, которые могут привести к тому, что потребители вынуждены платить больше денег за определенные товары.

Сложные правила и условия продажи товаров/предоставления услуг. Потребители редко обладают точной, доступной информацией о цифровых продуктах и услугах при совершении покупок в Интернете. Правила и условия продажи товаров/предоставления услуг зачастую слишком объемны и составлены на непонятном языке, что не оставляет потребителям выбора.

В рекомендациях Всемирной организации потребителей для стран «Группы двадцати» определено, что информация об условиях продаж и правах потребителя должна быть легко читаемой, применяемой и понятной. Все, что не соответствует разумному ожиданию потребителя, должно доводиться до его сведения в форме уведомления. Это особенно важно, когда потребители участвуют в трансграничной электронной торговле.

В России противодействие негативным практикам реализуется через правоприменение частей 1 и 2 статьи 14.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, устанавливающей ответственность за недоведение до потребителя достоверной информации и включение в договор условий, ущемляющих права потребителей, а также пункта 4 статьи 12 Закона «О защите прав потребителей», которым закреплено положение о необходимости предполагать отсутствие у потребителя специальных познаний, в том числе в специальных областях знаний, связанных с использованием технических, научных, отраслевых терминов, формул, расчетов и т.п.

Непредоставление информации о месте нахождения продавца. Еще одна проблема рынка электронной торговли – практикуемая интернет-анонимность продавца, абсолютно недопустимая с точки зрения общих требований законодательства, поскольку нераскрытие таких сведений ставит под сомнение возможность претензионного урегулирования и существенно затрудняет доступ к правосудию.

В ходе исследования общественной организации по защите прав потребителей «Общественная потребительская инициатива» более 700 популярных интернет-магазинов (и компаний, обладающих признаками интернет-магазинов) было установлено, что около 100 компаний не размещают на сайте обязательную информацию о своем месте нахождения, а 9 компаний разместили недостоверные реквизиты.

Преодоление проблемы анонимности возможно разными путями, в том числе путем введения обязательного требования об указании юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем доменного имени, используемого им сайта и адреса электронной почты при постановке на учет в налоговом органе с одновременным приданием такой информации публичного характера.

Решению этой проблемы будет способствовать реформа применения контрольно-кассовой техники, в рамках которой все российские продавцы должны оборудовать кассы, которые передают данные о покупках в Федеральную налоговую службу (ФНС) в режиме онлайн. Это требование Федерального закона от 22 мая 2003 года № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа», поправки в который приняты летом 2016 года и вступили в силу с 1 июля 2017 года. С 1 июля 2018 года новые кассовые аппараты должны быть у тех, кто раньше кассами не пользовался: у индивидуальных предпринимателей, компаний, работающих по единому налогу на вмененный доход (ЕНВД), использующих бланки строгой отчетности, владельцев торговых автоматов и др.

Потребитель, чьи права были нарушены при приобретении товаров или услуг в Интернете, вправе обратиться в Федеральную службу по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека или в один из 85 территориальных органов Роспотребнадзора, либо жалоба потребителя в

Интернете может быть рассмотрена с помощью следующих действующих ресурсов.

Программа НОТА – независимое объединение товарных агрегаторов. Это площадка, где можно сообщить о купленном в Интернете поддельном товаре. Она создана участниками – агрегаторами eBay, Price.ru, Wikimart, Товары Mail.Ru и Яндекс.Маркет.

Если интернет-магазин является участником Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ; объединяет 36 российских ритейлеров, включая «Детский мир», «Юлмарт», Ozon.ru, re:Store, KupiVIP, Lamoda, «М.Видео», «Эльдорадо», «220 Вольт» и др.), то спорную ситуацию можно урегулировать при помощи сервиса подачи обращений.

На сайте «Горячая линия Рунета» РОЦИТ можно подать жалобу на некачественное предоставление услуг в Интернете, а также на контент, который нарушает законодательство России.

«Общественная потребительская инициатива» – организация по защите прав потребителей оказывает помощь гражданам по вопросам приобретения товаров и услуг дистанционным способом на безвозмездной основе.

Экономика совместного потребления. В 2017 году на интерактивной платформе «Голос Рунета» РОЦИТ провел онлайн-исследование, посвященное шеринговым онлайн-сервисам. Согласно его результатам лишь 25 % опрошенных когда-либо пользовались услугами онлайн-сервисов шеринга; 81 % пользователей заявляют, что готовы взять в аренду/в обмен вещь или услугу от другого человека без посредников онлайн.

Каждый второй пользователь шеринговых платформ заявил о том, что получил товар или услугу ненадлежащего качества, а у каждого пятого возникли сложности с оплатой полученного товара или услуги.

73 % пользователей отмечают, что, если бы отношения в рамках совместного потребления регулировались законодательно (предусматривались страховки, меры пресечения в случае невыполнения обязанностей), то их уровень доверия шеринговым платформам повысился бы. При этом 68 % согласны с тем, что государственное регулирование процесса совместного потребления позволит обезопасить пользователей.

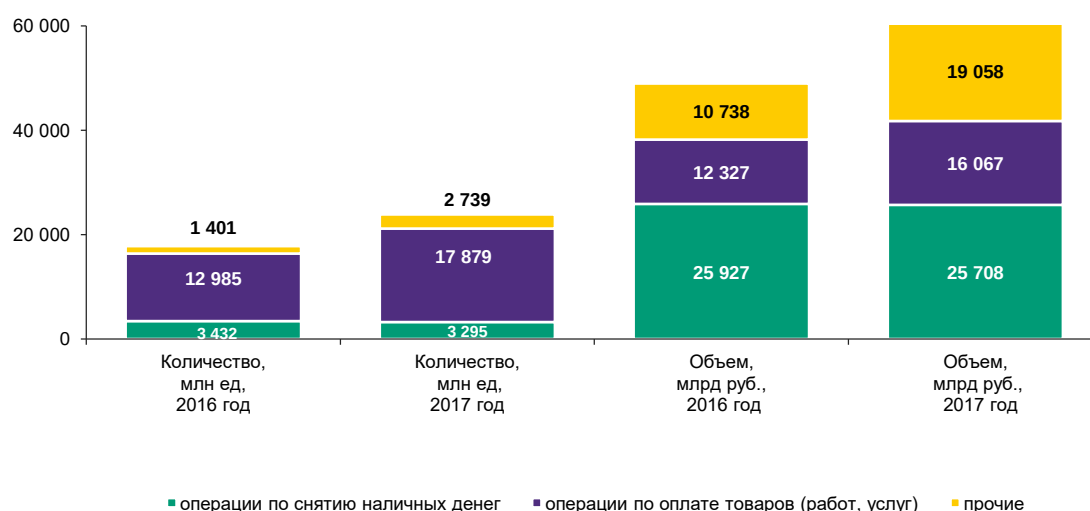
Безопасность онлайн-платежей. Клиенты банков все больше предпочитают дистанционные каналы обслуживания и ожидают удобный, персонализированный сервис. Искусственный интеллект, облачные технологии, блокчейн, виртуальная реальность, биометрическая идентификация, интернет вещей и многое другое выводят рынок на новый уровень.

Согласно данным Банка России количество банковских карт, эмитированных кредитными организациями в России, увеличивается. Годовой прирост эмитированных платежных карт в 2017 году составил 6,5 %, что превышает темпы роста за 2016 год (4,5 %).



Количество банковских карт, эмитированных кредитными организациями в России, млн штук

Количество операций по использованию населением банковских карт как платежного средства также активно растет, в то время как количество операций по снятию наличных снижается.



Структура операций, совершенных на территории России с использованием карт, эмитированных российскими кредитными организациями

По данным Банка России об операциях, совершенных на территории Российской Федерации и за ее пределами с использованием платежных карт, эмитированных на территории Российской Федерации, количество и объем соответствующих операций неизменно увеличиваются. Прирост показателей за 2017 год составил около 34 % по количеству операций и 24 % по объему относительно аналогичных значений за 2016 год.

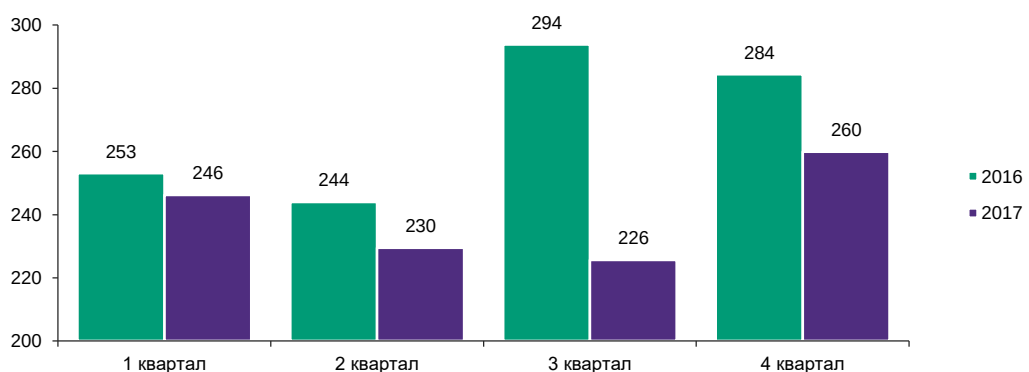
Доля операций по оплате товаров и услуг банковскими картами за 2017 год составила около 75 % всех транзакций, проведенных гражданами России с помощью платежных карт.

За 2017 год с банковских карт в России их держателями было снято 25,7 трлн рублей, что на 0,8 % меньше данного показателя за предыдущий год.

Объем безналичных платежей с использованием пластиковых карт, напротив, вырос на 52,3 %, составив 35,1 трлн рублей. При этом объем операций по оплате товаров, работ и услуг вырос на 30,3 %, а прочих операций – на 77,5 %.

Системы бесконтактных платежей, такие как Visa payWave и MasterCard PayPass, работают в России уже несколько лет. Посредством карт с возможностью бесконтактных платежей можно оплачивать покупки без подписи держателя карты или без введения ПИН-кода в том случае, если сумма не превышает 1 тыс. рублей, достаточно приложить карту к специальному терминалу. Эти новейшие технологические возможности содержат и новые риски для потребителей. Так, например, потребитель может не осознавать момента платежа, и ему необходимы знания в области финансовой грамотности для того, чтобы избежать финансовых потерь.

Объем всех несанкционированных операций, совершенных с использованием платежных карт, эмитированных на территории Российской Федерации, в 2017 году составил 961,3 млн рублей, что меньше аналогичного показателя за 2016 год на 10,6 %. Снижение объемов несанкционированных операций за отчетный период в абсолютном выражении составило 114 млн рублей против 71,6 млн рублей за 2016 год. При этом сохраняется тенденция 2016 года к снижению общего объема несанкционированных операций. Указанная тенденция обусловлена в том числе проводимой операторами по переводу денежных средств работой, направленной на развитие систем выявления и противодействия несанкционированным операциям. Использование подобных систем повышает качество верификации лица, осуществляющего перевод денежных средств, вследствие чего снижается эффективность действий злоумышленников. Нисходящие тенденции в числе и объеме несанкционированных операций свидетельствуют о некотором снижении активности злоумышленников, объяснением чему может являться активное развитие криптовалют и переключение интереса на них.



*Объемы несанкционированных переводов денежных средств
в 2016-2017 годах, млн рублей*

Это свидетельствует о наличии условий для роста доверия населения к банковским картам. При этом развитие технологий в данной области повышает требования к финансовой и технической грамотности потребителей.

Однако все еще нерешенными остаются ряд проблем, связанных с использованием банковских карт, в том числе:

отсутствие у банков обязанности оповещать клиента о том, какой именно объем собственных и заемных средств потрачен при совершении каждой операции по банковской карте, в том числе в рамках овердрафта;

отсутствие у банков обязанности информировать клиента о комиссии при переводе с карты на карту;

проблема отсутствия у потребителей информации о полном размере комиссии при снятии средств в банкоматах сторонних банков;

проблема одностороннего повышения банком кредитного лимита по карте.

В обзоре судебной практики по делам, связанным с защитой прав потребителей финансовых услуг, от 27 сентября 2017 года Президиум Верховного Суда Российской Федерации изложил следующие правовые позиции относительно использования банковских карт и дистанционного банковского обслуживания:

списание банком денежных средств со счета клиента должно осуществляться по тому курсу валюты и тем тарифам, которые действовали в банке на момент списания денег с банковской карты;

при невыполнении указаний клиента-потребителя о выдаче денежных средств со счета банк в соответствии со статьей 856 Гражданского кодекса Российской Федерации обязан уплатить на эту сумму проценты в порядке и в размере, предусмотренных статьей 395 Гражданского кодекса Российской Федерации;

оператор мобильной связи несет ответственность за неправомерные действия по выдаче дубликата сим-карты с абонентским номером пользователя другому лицу, последствием которых является получение таким лицом доступа к банковским счетам гражданина, использующего этот абонентский номер с подключением к нему услуги «мобильный банк».

Риски цифровизации дистанционного банковского обслуживания. За 2017 год кредитными организациями проведено 161,8 млн платежей физических лиц на сумму более 3 трлн рублей, распоряжения по которым составлены и переданы в электронном виде, что на 14,6 % больше показателя за 2016 год, в суммарном – увеличение на 21,6 %.

При проведении платежей широко используется Интернет, с его помощью за 2017 год было осуществлено 107,4 млн платежей населения (прирост 22,7 % по сравнению с 2016 годом) на сумму более 2,5 трлн рублей (прирост в объеме платежей относительно 2016 года составил 23 %).

В настоящее время разрабатывается система, благодаря которой гражданину достаточно один раз пройти регистрацию, после чего он может стать клиентом любого банка дистанционно (с помощью информации на портале «Госуслуги»). По результатам специального исследования, проведенного Национальным агентством финансовых исследований (Аналитический центр НАФИ) в сентябре 2017 года, положительно к этой инициативе относятся 39 %

опрошенных, и сторонников больше среди молодых людей 18–24 лет – 59 % и среди пользователей Интернета – 44 %. Негативных оценок нововведения 43 %, противников обсуждаемого дистанционного доступа больше среди тех, кто не пользуется Интернетом – 53 % и среди россиян старше 55 лет – 52 %.

Более половины опрошенных предпочли бы все банковские услуги оформлять лично. Среди банковских услуг, которые россияне предпочитают или предпочли бы получать удаленно, – осуществление платежей и переводов (48 % участников опроса), управление счетом (37 %), оформление страхового полиса (35 %) и внесение денежных средств на счет (32 %). При этом личное посещение банка предпочтительно для открытия банковского счета (78 %) или депозита (74 %).

По мнению большинства, наиболее удобные способы идентификации клиента – по отпечаткам пальцев (34 %) и сетчатке глаза (17 %). Другие способы показали опрошенным менее удобными: по лицу (11 %), голосу (7 %). Никакой метод идентификации не показался удобным 18 % россиян. Самые надежные способы распознавания – те же: по отпечаткам пальцев (31 %) и сетчатке глаза (27 %). Менее надежные – по лицу (6 %) и голосу (2 %). Не считают все описанные способы надежными 20 %.

Высокими темпами в 2017 году росли объемы платежей физических лиц с использованием абонентских устройств мобильной связи. С их помощью было осуществлено 37,4 млн платежей (прирост на 60,7 % по сравнению с 2016 годом) на сумму более 121 млрд рублей (прирост более чем в 2,2 раза по сравнению с 2016 годом).

По итогам 2017 года доля платежей через Интернет в общем количестве платежей физических лиц составила 46 %, мобильных платежей – 16 %. Доля платежей через Интернет в общем объеме платежей второй год сохраняется на уровне 27 %, доля мобильных платежей постепенно растет с 0,7 до 1,3 % всех платежей физических лиц.

Услугами интернет-банкинга на территории Российской Федерации пользуются 35,3 млн человек (64,5 % российских интернет-пользователей).

Результаты всероссийского опроса пользователей Интернета, проведенного Аналитическим центром НАФИ в 2017 году, показали, что большая часть представителей интернет-аудитории пользуется услугами интернет-банка (81 %), к сервисам мобильного банка обращаются реже – 69 %, 64 % пользователей интернет-банкинга пользуются услугами раз в месяц или чаще, а 17 % – реже раза в месяц. Доля пользователей выше среди россиян 35–44 лет – 86 %, тех, кто имеет высшее образование, – 84 %, а также среди жителей городов-миллионников – 86 %. Реже пользуются интернет-банком молодежь (в возрасте 18–24 лет – 70 % пользователей интернет-банкинга) и жители городов с населением меньше 100 тыс. человек – 77 %. Мобильный банк используют 69 % представителей российской интернет-аудитории: 52 % обращаются к нему раз в месяц или чаще, 17 % – реже раза в месяц. Среди женщин такой сервис востребован больше, чем среди мужчин (72 % против 66 % соответственно).

Также доля пользователей мобильным банком выше среди молодой аудитории (76 % пользователей мобильного банка в возрасте 25–34 лет).

Среди наиболее востребованных функций мобильного и интернет-банка – оплата мобильной связи (73 и 78 % пользователей этих сервисов соответственно), а также отслеживание операций по карте или счету (61 и 73 % соответственно). Такие услуги, как переводы другим людям, оплата Интернета и переводы между своими счетами с помощью интернет-банка, осуществляли 61 % опрошенных. Мобильный банк использовали для переводов третьим лицам 51 %, для оплаты Интернета – 46 %, а для переводов между своими счетами – 44 %. Оплату интернет-покупок через интернет-банк проводили 53 %, а через мобильный банк – 38 % пользователей этих сервисов. Реже всего через удаленные сервисы совершают операции по инвестиционным продуктам и услугам (не более 2 %).

Следует отметить последние тенденции в мобильном банкинге для физических лиц:

применение бесконтактных платежей на основе Apple Pay и Samsung Pay. При этом использование в рамках данных технологий дактилоскопического сканера и шифрования регистрационных данных обеспечивает значительное повышение безопасности платежей;

возможность самостоятельного подключения и отключения платежных карт клиентом в мобильных приложениях;

push-уведомления заменяют смс;

чаты вытесняют телефонный контакт-центр и электронную почту.

Данные тенденции предоставляют больше возможностей для потребителей мобильного банкинга, но и повышают требования к их финансовой грамотности.

Дальнейшее проникновение финансовых технологий (финтех) может пошатнуть бизнес традиционных банков и платежных систем. В течение ближайших 2–3 лет доля традиционно банковского бизнеса в сфере платежей может сократиться на 40 % – место банков займут технологические компании, которые смогут лучше удовлетворить все потребности клиентов на этом рынке.

Мировые технологические гиганты работают над созданием дополнительных способов платежей. О разработке и внедрении платежных сервисов уже объявили WhatsApp, AliPay, Facebook, Viber, Amazon и отечественные компании – Сбербанк, Альфа-банк, Тинькофф, Яндекс и Qiwi. В случае российских игроков речь идет о принципиально новом сервисе – онлайн-площадках (маркетплейсах). Банк России на базе платформы «Мастерчейн» создает сервис быстрых платежей – это совместный продукт участников ассоциации «Финтех».

Примером объединения банковских и технологических решений может стать маркетплейс Сбербанка и Яндекса. Компании рассчитывают, что их проект будет конкурировать с глобальными игроками вроде AliExpress и Amazon. При этом и Сбербанк, и Яндекс работают над собственными решениями в области проведения платежей. Яндекс предоставляет услугу по оплате покупки с помощью безналичного платежа (онлайн-эквайринг) и проведению платежей в Интернете с 2002 года. Сервис «Безопасная сделка» обеспечивает надежность

расчетов на сайтах, где предлагаются товары и услуги с 2016 года. В 2017 году предложен арбитражный сервис для клиентов онлайн-магазинов – сервис «Защита покупателя». На февраль 2018 года в Яндекс. Деньги создано 35 млн «кошельков», а к сервису Яндекс.Касса подключено более 75 тыс. интернет-магазинов.

В марте 2018 года на платежном рынке Мегафон запустил платежи со счета телефона. Формально платежи обеспечивает принадлежащий Мегафону банк, но сам клиент вносит деньги на счет телефона, а расплачивается с помощью Samsung Pay и Apple Pay.

Федеральный закон от 31 декабря 2017 года № 482-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» предусматривает создание механизма удаленной идентификации клиентов банков с использованием их биометрических персональных данных.

Данный Федеральный закон позволяет банкам открывать и вести счета (вклады) клиентов-физических лиц, предоставлять кредиты, а также осуществлять переводы денежных средств по таким счетам по их поручению без личного присутствия после проведения идентификации клиентов-физических лиц путем установления и подтверждения достоверности сведений о них с использованием единой системы идентификации и аутентификации и единой биометрической системы в порядке, установленном Федеральным законом от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

В 2019 году Банк России планирует запустить маркетплейс, через который клиенты смогут не только открывать счета в банках, но и покупать облигации федерального займа и полисы ОСАГО.

К 2025 году банки могут потерять 20–60 % прибыли, если не сумеют встать на один уровень с ведущими цифровыми компаниями, внедрив цифровые платформы и цифровые услуги. В Прогнозе развития российского банковского сектора на 2018 год рейтингового агентства S&P Global Ratings сообщается, что российские банки лишь недавно начали осознавать потенциальные риски и возможности, связанные с цифровым преобразованием отрасли. По оценке S&P, средняя доля расходов, связанных с ИТ-системами, в объеме совокупных операционных расходов банков увеличится с 8–10 % в настоящее время до 15–17 % в ближайшие три года. Для организаций, которые только начинают внедрять цифровой банкинг, первоначальные инвестиции в развитие соответствующих ИТ-систем могут составить до 40 % операционных расходов.

По сообщению Банка России, в настоящее время два банка тестируют технологию удаленной идентификации. Далее поэтапно это будет распространено на весь финансовый рынок, т.е. не только на банки, но и на брокеров, управляющие компании и т.д. Биометрическая идентификация будет добровольной как для физических лиц, так и для самих банков.

Маркетплейс призван обеспечить равный доступ пользователей услуг к финансовому рынку и сформировать предпосылки для развития конкурентной среды и оптимизации финансовых сервисов.

Для реализации программы «Цифровая экономика Российской Федерации» в феврале 2018 года Банк России одобрил Основные направления развития финансовых технологий на период 2018–2020 годов, в которых предусмотрены мероприятия по созданию и развитию платформы для удаленной идентификации, платформы быстрых платежей, платформы для облачных сервисов, новой платежной системы Банка России на базе единой платежной инфраструктуры, мероприятия по развитию Национальной системы платежных карт и др.

Риски платежных средств электронной коммерции. Одним из основных рисков дистанционного банковского обслуживания для потребителей является риск мошеннического взлома и несанкционированного доступа к средствам на счете. Киберпреступники в первом полугодии 2017 года похитили с банковских карт россиян чуть более 1 млрд рублей, что на 60 % меньше, чем в 2016 году. При этом 30–40 % похищенных денег с карт физических лиц хакеры инвестируют в исследования, их цель – дальнейшее совершенствование преступных схем.

Для минимизации рисков государственные органы совершенствуют регулятивные требования по информационной безопасности:

Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) 8 августа 2017 года утвердило национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 57580.1-2017 «Безопасность финансовых (банковских) операций. Защита информации финансовых организаций. Базовый состав организационных и технических мер», который направлен на повышение защиты банков от киберпреступлений и обеспечение ими стабильного обслуживания клиентов;

Банк России в сентябре 2017 года подготовил проект документа «Управление риском нарушения информационной безопасности на аутсорсинге», в котором указывает на риски для информационной безопасности банков от привлечения аутсорсеров (выполнение всех или части функций по управлению организацией сторонними специалистами) и выдвигает требования по их минимизации;

Банк России в сентябре 2017 года предложил расширить список требований к защите информации при переводе денежных средств в Интернете, в том числе возможность устанавливать такие ограничения, как максимальная сумма перевода, перечень возможных получателей денежных средств, время совершения операции, географическое местоположение устройств, с помощью которых клиенты проводят операции.

2 февраля 2018 года Банком России открыт Центр компетенции по противодействию нелегальной деятельности на финансовом рынке в целях сбора данных и борьбы с работающими без лицензии организациями, финансовыми пирамидами, мошенничеством и другими незаконными действиями на финансовом рынке.

В связи с активным развитием цифровых технологий, электронной коммерции и электронных платежей Роспотребнадзор осуществляет деятельность по предупреждению потребителей о том, что данные сферы подвержены различным рискам. Уполномоченным органом в сфере защиты прав потребителей выделяются следующие основные риски для потребителей платежных средств, в большей степени электронных: риски финансовых потерь для потребителей платежных услуг; риски покупки товаров ненадлежащего качества/низкого уровня оказания услуг.

Данные риски обусловлены:

- мошеннической деятельностью организованных преступных групп, специализирующихся на противоправных действиях в сфере высоких технологий;

- киберугрозами, сопряженными с незаконным проникновением в виртуальное пространство и незаконным воздействием на информационный носитель (компьютер, смартфон), в котором хранятся данные. К киберугрозам относятся также атаки хакеров на индивидуальные средства хранения информации;

- недостаточным уровнем обеспечения информационной безопасности поставщиками рынка платежных средств;

- низким уровнем финансовой грамотности потребителей;

- недостаточным обеспечением защиты персональных данных клиентов кредитными и некредитными учреждениями – поставщиками платежных услуг;

- недостаточным информированием банками и некредитными организациями своих клиентов о правилах безопасности при обращении с платежными средствами;

- техническими сбоями и ошибками в работе платежных терминалов, банкоматов, электронных платежных средств;

- быстрым развитием цифровых технологий и недостаточно быстрой реакцией на эти изменения со стороны органов государственной власти для минимизации рисков, информирования потребителей о рисках и повышения финансовой грамотности граждан;

- отсутствием ответственности агрегаторов информации о товарах (услугах) за достоверность предоставленной ими потребителю информации.

Одним из основных рисков платежных средств электронной коммерции является низкая финансовая грамотность населения. Согласно результатам исследования, проведенного Аналитическим центром НАФИ совместно с Российским микрофинансовым центром и Фондом Citi в январе-феврале 2018 года, 44 % россиян испытывают потребность в повышении финансовой грамотности. Клиенты не всегда хорошо понимают те или иные аспекты работы с финансовыми организациями и их продуктами, а организации, в свою очередь, переоценивают уровень финансовой грамотности своих клиентов. Около 52 % россиян отмечают, что хорошо понимают параметры финансовых продуктов, хотя 81 % представителей финансовых организаций считают, что параметры финансовых продуктов и услуг ясны для пользователей.

При планировании стратегии развития 82 % финансовых организаций учитывают уровень финансовой грамотности населения. Финансовые

организации реализуют меры по адаптации продуктов и услуг для граждан с низким уровнем финансовой грамотности: проводятся обучение сотрудников и клиентов, описание продуктов, упрощаются для понимания договоры. Среди других активностей – консультации клиентов в отделениях, размещение на сайте информационных статей, распространение печатных информационных материалов. Большинство клиентов отмечают, что материалы финансовых организаций для них полезны.

Потребности клиентов в знаниях в целом соответствуют образовательным мероприятиям финансовых организаций. Наиболее приоритетные темы, которые выделили клиенты – распознавание финансового мошенничества (39 %), изучение прав потребителей (29 %), оценка рисков на рынке финансовых услуг (29 %).

Серьезным риском в сфере банковских карт и других платежных средств является риск недостаточного обеспечения защиты персональных данных клиентов кредитными и некредитными учреждениями – поставщиками платежных услуг. Для минимизации данного риска Банк России разработал проект указания, определяющего перечень угроз безопасности при обработке, сборе, хранении и проверке биометрических персональных данных в государственных органах, банках и иных организациях. Проект указания разработан для обеспечения защиты как самих биометрических данных, так и прав граждан при работе с ними в ходе проведения идентификации. Вступление в силу этого нормативного акта позволит сформировать основы для установления требований к информационным технологиям и техническим средствам, предназначенным для обработки биометрических данных в рамках идентификации. Под угрозой безопасности понимается совокупность условий и факторов, создающих актуальную опасность несанкционированного, в том числе случайного, доступа к этим данным при их обработке, сборе и хранении в единой биометрической системе, результатом чего могут стать уничтожение, изменение, блокирование, копирование, предоставление, распространение данных, а также иные неправомерные действия.

Эффективная защита прав потребителей приобретает решающее значение для формирования конкурентного и прозрачного высокотехнологичного рынка платежных средств электронной коммерции в Российской Федерации. Государству необходимы механизмы противодействия рискам, возникающим в условиях технологической революции и макроэкономической нестабильности. В этой связи Роспотребнадзор видит необходимость дальнейшего совершенствования работы по защите этих прав при осуществлении надзорных мероприятий, а также применяемых мер воздействия.

Риски использования криптовалют. Изменения на рынке платежных средств электронной коммерции связаны в том числе с расширением сферы применения криптовалют и заменителей ценных бумаг (цифровых токенов), выпускаемых в виде цифровых финансовых активов. Особенностью обращения данных инструментов является отсутствие государственного регулирования и

необходимости использовать традиционную платежную инфраструктуру кредитных организаций.

В 2017 году наблюдался высокий интерес к криптовалютам, и стоимость некоторых из них показывала уверенный рост. В разных странах подход к регулированию криптовалют различается: в некоторых странах они запрещены, а в других признаны платежным средством.

В России важным шагом к регулированию отношений, возникающих при создании, выпуске, хранении и обращении цифровых финансовых активов, стал законопроект № 419059-7 «О цифровых финансовых активах», зарегистрированный в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации 20 марта 2018 года. Законопроект призван сделать инвестирование в цифровые финансовые активы более прозрачным и защитить будущих инвесторов.

В соответствии с указанным проектом Закона цифровой финансовый актив – имущество в электронной форме, созданное с использованием криптографических средств. Право собственности на данное имущество удостоверяется путем внесения цифровых записей в реестр цифровых транзакций. К цифровым финансовым активам относятся криптовалюта, токен. Цифровые финансовые активы не являются законным средством платежа на территории Российской Федерации. Также в проекте представлены ряд определений, в том числе:

криптовалюта – вид цифрового финансового актива, создаваемого и учитываемого в распределенном реестре цифровых транзакций участниками этого реестра в соответствии с правилами ведения реестра цифровых транзакций;

токен – вид цифрового финансового актива, который выпускается юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (эмитент) с целью привлечения финансирования и учитывается в реестре цифровых транзакций;

оператор обмена цифровых финансовых активов – юридическое лицо, осуществляющее сделки по обмену цифровых финансовых активов одного вида на цифровые финансовые активы другого вида и/или обмену цифровых финансовых активов на рубли или иностранную валюту. Операторами обмена цифровых финансовых активов могут быть только юридические лица.

У токена определенного вида может быть только один эмитент. Лица, не являющиеся квалифицированными инвесторами, могут приобрести в рамках одного выпуска токены на сумму не более 50 тыс. рублей.

Владельцы цифровых финансовых активов вправе совершать сделки по обмену видами цифровых финансовых активов и (или) их обмену на рубли, иностранную валюту и (или) иное имущество только через оператора обмена цифровых финансовых активов. Сделки по обмену цифровых финансовых активов неквалифицированными инвесторами осуществляются только путем зачисления или списания цифровых финансовых активов со специального счета, открываемого оператором обмена цифровых финансовых активов.

Цифровая грамотность. По мере глобального развития электронной коммерции и вовлечения в нее все большего числа активных пользователей Интернета (в том числе за счет расширения спектра соответствующих мобильных средств связи и их доступности) заметнее проявляются проблемы недостаточной информированности российских потребителей об их правах, что умело эксплуатируется в повседневной практике недобросовестными участниками рынка в целях получения максимальной выгоды в ущерб экономическим интересам и законным правам не только самих потребителей, но и добросовестных представителей бизнес-сообщества.

Поэтому на современном этапе важно сделать акцент на информационно-консультативной работе всех уровней национальной системы защиты прав потребителей.

По данным РОЦИТ, индекс цифровой грамотности россиян в 2016 году вырос на 6,3 % по сравнению с 2015 годом и составляет 5,42 пункта по 10-балльной шкале.

Потребителям необходимо повышать цифровую грамотность, под которой подразумевается умение пользоваться всем спектром интернет-технологий, куда входит не только умение сделать покупку в интернет-магазине, но и умение искать информацию, правильно ее оценивать. Важны знание базовых алгоритмов правовой защиты своих потребительских прав и навыки защиты от интернет-угроз.

Пользуясь интернет-банкингом, делая покупки в онлайн-магазинах, потребитель рискует потерять свои личные сбережения или передать третьим лицам персональные данные. Поэтому важно довести до пользователей не только тот объем информации, который предусмотрен потребительским законодательством, но и предупредить их о действиях сетевых мошенников, например, использующих фишинг (электронное письмо, маскирующееся под официальное письмо от банка или известного онлайн-магазина), и тем самым минимизировать риски, связанные с материальными потерями потребителей.

Другая проблема – цифровая грамотность людей пожилого возраста, пенсионеров, которая в настоящее время явно недостаточна. Новые сервисы коммерческих и государственных структур разрабатываются как цифровые «по умолчанию». Особенно это заметно в сфере различных услуг связи, в первую очередь мобильной, активными пользователями которой в последние годы являются люди пожилого возраста. Поэтому необходимо повысить осведомленность пожилой аудитории о преимуществах цифровых знаний и цифровых сервисов.

Согласно планам мероприятий по направлениям «Информационная безопасность» и «Информационная инфраструктура» программы «Цифровая экономика Российской Федерации» планируется увеличить долю граждан, повысивших грамотность в сфере информационной безопасности, медиапотребления и использования интернет-сервисов, с 10 % в 2018 году до 50 % в 2024 году.

Международное сотрудничество. В 2016 году Роспотребнадзор принял участие во всех заседаниях рабочих органов Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) по вопросам политики в сфере потребления (заседания Комитета по политике в сфере потребления, сессии Рабочей группы по безопасности потребительской продукции).

В рабочих органах ОЭСР в 2016 году была завершена работа над новой редакцией Рекомендаций Совета ОЭСР по защите потребителей в контексте электронной коммерции от 1999 года, утвержденной Советом ОЭСР (Роспотребнадзор входил в состав неформальной рабочей группы по данному вопросу, что обеспечило учет позиции Российской Федерации в подготовке итоговой версии данного документа).

К основным вопросам, которые обсуждались в рабочих органах ОЭСР по вопросам политики в сфере потребления, относятся:

- регулирование деятельности платформ, разрешающих проведение сделок между так называемыми равноправными участниками (P2P) и защиты потребителей в данной области, особенно при трансграничных сделках;

- использование поведенческих аспектов при совершенствовании законодательства в области защиты прав потребителей;

- изучение вопроса внедрения новых положений принципов Рекомендаций Совета ОЭСР по защите потребителей в контексте электронной коммерции в национальные законодательства стран – участниц Комитета по политике в сфере потребления;

- пересмотр правовых инструментов ОЭСР по вопросам безопасности потребительской продукции и надзору за рынком;

- анализ безопасности продукции, реализуемой в Интернете, и возможности разработки Рекомендаций ОЭСР по данному вопросу;

- адаптация для нужд потребителей (мультязычность, интерфейс, поисковые возможности) портала ОЭСР по продукции, отозванной с рынка (Global Recalls, <http://globalrecalls.oecd.org>)).

Секретариатом Рабочей группы по безопасности потребительской продукции была отмечена высокая активность российских потребителей, на долю которых приходилось наибольшее количество посещений портала Global Recalls, где публикуется сводная информация об опасных товарах, отозванных в странах – участниках ОЭСР.

В рамках работы в 2016 году над разделом «Электронная торговля» Соглашения о торгово-экономическом сотрудничестве между Евразийским экономическим союзом и его государствами - членами, с одной стороны, и Китайской Народной Республикой, с другой стороны, российской стороной разработаны ключевые положения, которые будут положены в основу предложений России по регулированию трансграничной электронной торговли на международных площадках (ОЭСР, ЮНКТАД, ВТО, Рабочая группа по торговле и инвестициям «Группы двадцати» (G20) по тематике цифровой торговли, двусторонние и многосторонние международные соглашения,

содержащие разделы по электронной коммерции (торговле)). Они предусматривают:

закрепление за каждой стороной права на разработку и принятие внутренних механизмов, направленных на ограничение трансграничной электронной торговли в пределах, необходимых для противодействия мошеннической коммерческой деятельности, наносящей вред или создающей угрозу нанесения вреда потребителям и другим участникам трансграничной электронной торговли;

закрепление за каждой стороной обязанностей принимать меры, направленные на стимулирование честных и открытых практик, в том числе связанных с раскрытием продавцом или исполнителем полной информации о товаре или услуге, запрашивать подтверждение намерений потребителя совершить покупку, получить запись (доказательства) о совершенной сделке, предоставление потребителю возможности использовать распространенные, безопасные и простые механизмы оплаты покупок;

закрепление неотъемлемых и универсальных прав потребителей, подлежащих безусловной защите в рамках трансграничной электронной торговли, в том числе:

на своевременное получение потребителем достоверной информации о товаре или услуге в целях их правильного выбора, в том числе информации на государственном языке потребителя о потребительских свойствах, правилах безопасного использования и информации о требованиях к качеству и безопасности, которым соответствуют реализуемые товары или услуги в случаях, когда маркетинговая, логистическая и иная деятельность продавца или исполнителя и распространяемая им информация направлена на привлечение трансграничных потребителей;

безопасность товаров или услуг при условии их надлежащего использования на основе предоставленной информации;

качество товаров или услуг, соответствующее их описанию и требованиям, принятым в государстве, резидентом которой является изготовитель товаров или поставщик услуг, при условии, что в описании товара или услуги представлена информация о таких требованиях, которые должны быть публичными и доступными для ознакомления;

возмещение ущерба, причиненного нарушением прав потребителей.

Также предложения предусматривают:

закрепление обязанностей сторон создавать и обеспечивать меры правовой защиты потребителей, являющихся гражданами другого государства – стороны международного соглашения, пострадавших в результате приобретения в рамках трансграничной электронной коммерции некачественного, небезопасного товара или услуги, а также от мошеннической и вводящей в заблуждение коммерческой практики, которые включают в себя следующие механизмы:

создание «единого окна» для подачи жалоб и их рассмотрения компетентными органами государства;

создание и поддержку мультязычных информационных ресурсов с предоставлением информации о правовых основах защиты прав потребителей и других участников трансграничной электронной торговли в государстве – стороне международного соглашения;

внедрение альтернативных механизмов урегулирования споров, возникающих в рамках трансграничной электронной торговли;

закрепление права государства – стороны международного соглашения создавать и размещать на государственных или общественных информационных ресурсах материалы по важным аспектам и рискам трансграничной электронной коммерции, реестры недобросовестных изготовителей, продавцов, посредников, поставщиков некачественных и небезопасных товаров или услуг, а также иной информации, направленной на формирование моделей безопасного и рационального потребления;

закрепление договоренностей о создании действенного механизма для проведения совместных расследований по конкретным случаям нарушения прав потребителей и других участников трансграничной электронной торговли.

2.6. Республика Таджикистан

В Республике Таджикистан активно развивается электронная коммерция. Данный вид услуг реализуется в различных секторах экономики.

Благодаря быстрым темпам роста рынка сотовой связи электронные платежные системы в Таджикистане получили широкое распространение.

В настоящее время в доменной зоне «.tj» зарегистрировано более 7 тыс. доменных имен второго уровня. 16 интернет-провайдеров обслуживают около 50 % населения, являющихся активными пользователями Интернета. Операторы мобильной связи реализовали более 9,6 млн активных сим-карт. Практически все население страны пользуется услугами мобильной связи. Более 60 % населения используют цифровое телевидение. Постепенно повышается уровень компьютерной грамотности.

С октября 2012 года в стране реализуются услуги 4G-технологий.

Очевиден прогресс в оказании электронных услуг гражданам в сфере покупки авиабилетов. В настоящее время национальный авиаперевозчик ОАО «Таджик Эйр» и частный оператор «Сомон Эйр» предоставляют услуги по онлайн-бронированию и оплате авиабилетов электронной банковской картой на официальных сайтах.

Новым видом услуг, относящихся к электронной коммерции, является работа портала www.arzon.tj – сервиса специальных скидок. С помощью сервиса ARZON пользователи могут получать скидки при использовании различных услуг при посещении сетей общественного питания, магазинов, кинотеатров и др.

Некоторые банки в Таджикистане при наличии у клиента карты платежной системы Visa предоставляют услуги по электронной оплате товара, приобретаемого в других странах. Это банк «Эсхата», «Спитаменбанк», Международный банк Таджикистана. Через Интернет возможно внести оплату

за приобретения в иностранных магазинах посредством платежных систем «онлайн-кошельков».

«Казкоммерцбанк Таджикистан» предоставляет для предприятий торговли и сервиса возможность обслуживать карты международных платежных систем Visa Inc., Master Card Incorporated, American Express, Корти Милли на едином терминале для оплаты банковскими картами (пос-терминале).

В настоящее время в Таджикистане не существует специального нормативного правового акта, регулирующего отношения в сфере электронной торговли. Осуществляется порядок продажи товаров с использованием автоматов, который предусмотрен статьей 531 Гражданского кодекса Республики Таджикистан от 11 декабря 1999 года.

В случаях когда продажа товаров производится с использованием автоматов, владелец автоматов обязан довести до покупателей информацию о продавце товаров путем помещения на автомате или предоставления покупателям иным способом сведений о наименовании (фирменном наименовании) продавца, месте его нахождения, режиме работы, а также о действиях, которые необходимо совершить покупателю для получения товара.

Договор розничной купли-продажи с использованием автоматов считается заключенным с момента совершения покупателем действий, необходимых для получения товара. Если покупателю не предоставляется оплаченный товар, продавец обязан обеспечить немедленное предоставление покупателю товара или возврат уплаченной им суммы. В случае неисполнения этой обязанности покупатель вправе потребовать от продавца возмещения причиненных убытков.

Положительная динамика развития средств электронной коммерции приводит к увеличению различий в доступности ряда товаров и услуг для потребителей между крупными городами и удаленными регионами. При этом происходит опережающий рост качества и распространения сервисов в крупных городах по сравнению с сельской местностью.

В настоящее время в Таджикистане слабо развит «классический» интернет-магазин, т.е. форма бизнеса, которая включает в себе всю необходимую бизнес-логику для управления процессом интернет-торговли.

В целях создания благоприятной нормативно-правовой базы в сфере электронной торговли и внедрения безналичного расчета в соответствии с постановлением Правительства Республики Таджикистан от 28 апреля 2018 года № 227 «О Плане мероприятий по реализации третьего этапа Программы государственной поддержки предпринимательства в Республике Таджикистан на 2012-2020 годы» органам исполнительной власти поручено разработать проект нормативного акта «О правилах регулирования сетевой торговли товарами и оказания соответствующих услуг», который устанавливает обязанности поставщиков товаров и услуг, торговых площадок в Интернете, а также порядок осуществления государственного контроля в сфере электронной коммерции и предусматривает юридическую ответственность интернет-предпринимателей.

После разработки и принятия данного нормативного акта в сфере регулирования электронной торговли и внедрения безналичного расчета сегмент данного рынка будет надежно контролироваться и права потребителя будут защищены.

Особое внимание уделяется разработке механизмов действенной защиты интересов потребителей в сфере электронной торговли, а также решению отдельных вопросов защиты интересов потребителей, в частности вопросов о применимых правовых нормах и юрисдикции на основе международных консультаций и сотрудничества.

В этом направлении был принят Закон Республики Таджикистан от 24 февраля 2017 года № 1397 «О платежных услугах и платежной системе». Данный Закон определяет правовые и организационные основы функционирования платежных систем и порядок предоставления платежных услуг в Республике Таджикистан и направлен на создание благоприятных условий для развития платежной системы.

Необходимо отметить, что субъективным фактором, препятствующим развитию интернет-магазинов в Таджикистане, является определенная потребительская ментальность, выражающаяся в том, что большинство людей не готовы покупать товар, не имея возможности оценить параметры покупки – размер, качество и др.

Так, несмотря на положительную динамику развития сетевой инфраструктуры по стране и увеличение числа пользователей услуг Интернета среди населения, появление электронных банковских и других необходимых услуг, их уровень проникновения только сейчас приближается к тому порогу, когда спрос на электронные услуги рождает соответствующее предложение.

Положительная динамика развития средств электронной коммерции приводит к увеличению цифрового неравенства – разницы в доступности ряда товаров и услуг для потребителя между крупными городами и удаленными регионами. При этом происходит опережающий рост качества и распространения сервисов в крупных городах по сравнению с сельской местностью.

Кроме того, развитию интернет-торговли препятствует не до конца развитая система логистических услуг. В настоящее время в Таджикистане слабо развит «классический» интернет-магазин, т.е. такая форма бизнеса, которая включает в себе все необходимые компоненты для управления процессом интернет-торговли. Несколько существующих примеров бизнеса, имеющих элементы интернет-торговли в Таджикистане, можно условно отнести к «квази-интернет-магазинам» или «веб-витринам».

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Электронная торговля – одно из наиболее бурно развивающихся направлений применения Интернета. Современные сетевые технологии активно используются в рамках информационного пространства СНГ для обеспечения эффективного взаимодействия между участниками коммерческих операций: организации контактов покупателей и продавцов, представления, обсуждения и формирования заказов, согласования условий сделок, порядка продажи товаров и услуг, процесса осуществления платежей и т.д.

При этом будущее успешное развитие цифровой экономики в государствах – участниках СНГ возможно обеспечить только при условии, что цифровые платформы и сервисы будут пользоваться доверием потребителей, достаточным для их интеграции в повседневную жизнь людей.

В настоящее время государства – участники СНГ предпринимают необходимые меры по формированию благоприятной среды, необходимой для обеспечения прав потребителей в сфере электронной торговли, учитывающие интенсивное развитие цифровой экономики. Сформированы законодательные основы регулирования данной сферы, принимаются меры по организации защиты прав и расширения возможностей потребителей в рамках цифровой экономики.

Согласно статистическим данным 7,1 млн (74,4 %) граждан Республики Беларусь используют Интернет. По состоянию на 1 января 2018 года в торговом реестре зарегистрировано более 16 тыс. интернет-магазинов (прирост с 2012 года составил 12,2 тыс.), из которых 7,3 тыс. (48,7 %) принадлежат юридическим лицам, 7,781 тыс. (51,3 %) – индивидуальным предпринимателям. В 2017 году жители Беларуси потратили на покупки в интернет-магазинах в 2,3 раза больше, чем в 2016 году. Утверждена и реализуется Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы. С 1 января 2018 года вступили в силу новые положения Налогового кодекса, регламентирующие вопросы регистрации и налогообложения иностранных организаций, оказывающих услуги в электронной форме гражданам республики.

Объем электронной торговли в Республике Казахстан в 2017 году по сравнению с 2016 годом вырос почти на 30 %. За I квартал 2018 года рынок электронной торговли вырос на 42 %. Развитие электронной торговли определено одним из приоритетных направлений утвержденной в 2017 году Государственной программы «Цифровой Казахстан». Для поддержки данного направления в 2017 году утверждена Дорожная карта по развитию электронной торговли на 2018–2020 годы. В целях совершенствования законодательной базы в Налоговый кодекс включены нормы по снижению до 0 % ставок индивидуального и корпоративного подоходного налога на доходы, получаемые в сфере электронной торговли, сроком на 5 лет.

Объем электронной коммерции в Кыргызской Республике ежегодно растет. Среднегодовой темп прироста рынка электронной коммерции за период 2016–2018 годов составил 12 %. Закон Кыргызской Республики от 10 декабря

1997 года № 90 «О защите прав потребителей» был дополнен статьей 24.1 «Дистанционный способ продажи товаров». На стадии подготовки находятся проекты постановлений Правительства Кыргызской Республики «О создании электронной торговой площадки» и «О порядке функционирования электронной торговой площадки».

Электронная торговля в Республике Молдова быстро развивается. Покупки в основном осуществляются у зарубежных интернет-поставщиков (Amazon, Aliexpress и др.) главным образом с использованием электронных платежных систем. Согласно данным Национального банка Молдовы в республике зарегистрировано более 1,66 млн банковских карт. В 2017 году были внесены дополнения в Закон от 22 июля 2004 года № 284-XV «Об электронной торговле». Главной целью изменений является адаптация документа к Директиве об электронной коммерции Европейского союза. Новый Закон «Об электронной торговле» позволит устранить существующие пробелы в законодательной и нормативной базе республики, а также применять новые правила с учетом европейских норм.

По данным экспертов, в 2017 году 36 % российского рынка онлайн-торговли пришлось на покупки в зарубежных интернет-магазинах. Доля трансграничной торговли с каждым годом увеличивается и за последние 6 лет практически удвоилась. Правительство Российской Федерации утвердило 28 августа 2017 года Стратегию государственной политики Российской Федерации в области защиты прав потребителей на период до 2030 года. С 1 января 2019 года вступил в силу Федеральный закон от 29 июля 2018 года № 250-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей», который обеспечит имплементацию в российскую юрисдикцию положений обновленных Руководящих принципов ООН для защиты потребителей, направленных на укрепление из доверия к электронной торговле, повышение прозрачности и эффективности государственной политики в области защиты интересов потребителей.

В Республике Таджикистан 16 интернет-провайдеров обслуживают около 50 % населения, являющихся активными пользователями Интернета. Более 60 % населения используют цифровое телевидение. Новым видом услуг, относящихся к электронной коммерции, является работа портала www.arzon.tj – сервиса специальных скидок. В целях создания благоприятной нормативно- правовой базы в сфере электронной торговли и внедрения безналичного расчета ведется разработка проекта нормативного акта «О правилах регулирования сетевой торговли товарами и оказания соответствующих услуг», которым будут определены обязанности поставщиков товаров и услуг, торговых площадок в Интернете, а также порядок осуществления государственного контроля в сфере электронной коммерции и предусмотрена юридическая ответственность интернет-предпринимателей.

Основные проблемы, связанные с нарушениями прав потребителей в государствах – участниках СНГ при приобретении товаров и услуг дистанционным способом в Интернете, касаются: реализации небезопасных

товаров, не соответствующих обязательным требованиям; непоставки товара (неоказания услуги) по оплаченному договору; нарушения сроков поставки товара или оказания услуги; реализации некачественного товара (услуги) или товара (услуги), не соответствующих описанию (ожиданию); целенаправленного введения в заблуждение потребителя относительно потребительских свойств товаров; сокрытия или неполного раскрытия информации о продавце (изготовителе, исполнителе); уклонения от рассмотрения требований потребителя, невозврата (уклонения от возврата) уплаченных денежных средств, отказа в возмещении убытков, неудовлетворения иных требований.

В этой связи представляется необходимым разработать комплекс организационно-правовых мер, призванных обеспечить эффективную защиту прав потребителей государств – участников СНГ в сфере электронной коммерции (в том числе при трансграничных поставках товаров и услуг) по следующим основным направлениям:

- разработка и согласование на межгосударственном уровне основных подходов к защите прав потребителей в сфере электронной коммерции;

- развитие информационной системы быстрого предупреждения об опасных товарах и распространение данного опыта в рамках СНГ;

- выработка мер, направленных на ограничение доступа к интернет-ресурсам, содержащим недостоверную информацию о продавце (исполнителе), товарах (услугах), а также информацию, распространение которой привело к причинению вреда жизни, здоровью, имуществу потребителей или создает реальную угрозу возникновения такого рода последствий;

- создание и развитие в государствах – участниках СНГ эффективных систем учета информации о субъектах электронной коммерции в целях их идентификации и дальнейшего использования потребителями;

- формирование более эффективного электронного гражданского оборота, (совокупность сделок, заключаемых субъектами гражданского права, и возникающих на этой основе обязательственных отношений) посредством уточнения и, при необходимости, определения новых и/или уточнения существующих требований к формам сделок;

- установление обязанности по обеспечению приема к оплате платежных карт и иных применимых безналичных средств платежа для всех организаций, осуществляющих продажу товаров дистанционным способом через Интернет;

- формирование правовой основы для создания электронной системы альтернативных механизмов разрешения споров (медиация и онлайн-разрешение споров).

Представляется, что ответственность за защиту прав потребителей в цифровом мире, охрану персональных данных не может быть обеспечена лишь на уровне отдельных стран. Решение этой задачи требует организации тесного сотрудничества между правительствами государств – участников СНГ, международными организациями и деловым сообществом.

В этих целях целесообразно ориентировать дальнейшую деятельность профильных органов государственного управления и органов отраслевого

сотрудничества СНГ на обеспечение гармонизации законодательств государств – участников СНГ в сфере электронной торговли (признание базовых прав потребителей, создание институтов по защите интересов покупателей и др.), развитие международного сотрудничества в вопросах противодействия недобросовестной (обманной) практике, участие в разработке и реализации международных норм защиты прав потребителей, содействие взаимному признанию решений в области разрешения споров, повышению уверенности потребителей в достижениях электронной торговли и других направлений цифровой экономики.

Консультативный совет по защите прав потребителей государств – участников СНГ во взаимодействии с заинтересованными органами исполнительной власти, потребительскими организациями государств – участников СНГ и профильными международными структурами продолжит работу по развитию многостороннего сотрудничества в целях повышения защищенности потребителей в рамках электронной коммерции с учетом связанных с ней рисков.