

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

ДОКЛАД

**«О СПОСОБАХ И АЛГОРИТМАХ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ ГОСУДАРСТВ – УЧАСТНИКОВ СНГ»**

2022 год

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
I. Способы и алгоритмы защиты прав потребителей в электронной торговле государств – участников СНГ	7
1.1. Азербайджанская Республика.....	7
1.2. Республика Армения.....	8
1.3. Республика Беларусь	9
1.4. Республика Казахстан.....	12
1.5. Кыргызская Республика	15
1.6. Республика Молдова.....	18
1.7. Российская Федерация.....	20
1.8. Республика Таджикистан	27
1.9. Республика Узбекистан	28
Выводы и предложения	30

ВВЕДЕНИЕ

Продажа товаров потребителям практически в большинстве стран мира уже давно вышла за пределы традиционных торговых отношений. В связи с развитием электронной торговли и появлением интернет-платформ необходимость в непосредственном контакте продавцов и потребителей стала не обязательным условием продажи товаров. Для приобретения какого-либо товара потребителю можно не выходить из дома. Речь идет не только о покупках в своем городе или стране, но и о заказе и доставке товаров из других стран. Электронная торговля приобрела трансграничный характер.

В цифровой экономике все большую роль играет использование специализированных электронных площадок торговых компаний, которые создают инфраструктуру для доступа потребителей к возможностям цифрового мира. С одной стороны, электронная торговля обеспечивает существенное число возможностей и выгод для потребителей: широкий выбор товаров, возможность сравнения цен на один и тот же товар у разных продавцов, вариативность способов оплаты и условий доставки, с другой – создает существенные риски для потребителей, которые связаны с технологическими особенностями цифровой среды, отсутствием традиционного места продажи товаров и личного участия во взаимоотношениях. С учетом указанных рисков возрастает необходимость выработки действенных механизмов защиты прав потребителей при совершении ими электронных покупок.

Наиболее актуальными вопросами защиты прав потребителей в контексте электронной торговли являются безопасность онлайн-платежей, приобретение нематериальных продуктов с цифровым контентом, защита персональных данных потребителей, достоверность информации о товарах, наличие у потребителя возможности взаимодействия с продавцом (эффективной обратной связи, которая формирует доверие потребителей к продавцам), обеспечение механизма возврата некачественных товаров, возврата продавцом денежных средств за возвращенный потребителем товар (качественный или некачественный).

Учитывая трансграничный характер электронной торговли, покупки в Интернете все чаще осуществляются между коммерческими компаниями и потребителями, находящимися в разных странах и, следовательно, в разных юрисдикциях, которые могут иметь различные правила в отношении ключевых элементов электронной торговли: различный круг прав и обязанностей потребителей и интернет-продавцов, наличие либо отсутствие нормативных рамок в отношении продажи и приобретения товаров в режиме онлайн, наличие либо отсутствие механизмов, направленных на противодействие недобросовестным интернет-продавцам, различные уровни обеспечения защиты прав потребителей в электронной торговле и др.

В защите прав потребителей в контексте электронной торговли можно выделить три этапа отношений между потребителями и интернет-продавцами: этап, предшествующий покупке, сам процесс покупки и этап после покупки.

На этапе, предшествующем покупке, имеют место следующие проблемные вопросы.

Может отсутствовать достаточная и достоверная информация о предлагаемых к продаже посредством Интернета товарах и интернет-продавцах, а также об особенностях продажи, что непосредственно влияет на свободу и осознанность выбора. В электронной торговле для потребителей имеются сложности в поиске и (или) понимании условий продажи и оплаты товаров (наименования разделов об условиях продажи, оплаты и доставки товаров не всегда соответствуют его содержанию, отдельные формулировки договора купли-продажи не всегда понятны потребителям в силу недостаточной правовой грамотности).

Кроме того, на данном этапе потребители зачастую не интересуются информацией о продавце (его наименовании, месте нахождения), так как решающим критерием выбора является привлекательность цены товара. В этой связи образуется информационная асимметрия, при которой продавец хорошо владеет информацией об особенностях продажи товаров, а потребитель нет, что, в свою очередь, влечет уязвимость потребителей: возникает риск введения их в заблуждение, мошеннических действий. Для принятия потребителями обоснованных решений относительно совершения тех или иных электронных покупок они должны располагать актуальной, точной и достоверной информацией о товарах и продавцах этих товаров.

На этапе совершения интернет-покупок потребители сталкиваются со следующими проблемами.

Наиболее часто встречающаяся в электронной торговле проблема (особенно в условиях изменения курса валюты платежа) – отказ продавца реализовать товар по цене, указанной на интернет-ресурсе продавца или с указанной в информации о товаре скидкой.

Также нередки случаи, когда условия договоров купли-продажи не соответствуют требованиям законодательства о защите прав потребителей (в том числе в части сроков исполнения обязательств, навязывания потребителям условий покупки на определенную сумму с невозможностью осуществления заказа на меньшую) и обременяют потребителя неправомерными обязанностями или платежами.

Учитывая то, что чаще всего (а при трансграничных сделках – всегда) оплата интернет-покупок осуществляется в безналичной форме, остро стоит вопрос экономической безопасности потребителей и защиты их персональных данных.

Онлайн и мобильные платежи – это платежи, производимые с использованием Интернета и компьютеров или мобильных устройств с существующего личного счета, как правило, банковского, с помощью кредитных или дебетовых карт или через специальные системы оплаты. По

мере развития технологий расширяется использование потребителями мобильных устройств для осуществления платежных операций в сфере электронной торговли. Онлайн и мобильные платежные системы, с одной стороны, способствуют удобству совершения интернет-покупок (оформление покупки «здесь и сейчас», минимальные временные затраты), а с другой – при совершении платежных операций в режиме онлайн потребители несут риски в области безопасности: третьи лица могут получить несанкционированный доступ к данным потребителей без их ведома и согласия. Имеют место задержки в поступлении платежа, невозможность его отмены, задержка в получении подтверждения, а также блокировка платежей между банком и платежной системой или коммерческой компанией, которой предназначается платеж, без уведомления потребителя о приостановке платежа.

На этапе после покупки потребители также сталкиваются с проблемами. Одной из основных в современных условиях является отсутствие у потребителей адекватной, в необходимом объеме для разрешения возникшей спорной ситуации обратной связи с продавцом, в том числе отсутствие вообще какого-либо ответа продавца на обращение потребителя, недостаточная степень реагирования на жалобу или использование продавцом технологии виртуального собеседника с типовыми ответами (так называемых «чат-ботов»).

Еще одной серьезной проблемой является отказ продавца исполнять свои обязанности, предусмотренные законодательством, по принятию возвращаемого потребителем товара (качественного или некачественного) и возврате уплаченных за возвращаемый товар денежных средств.

Также имеют место случаи невозврата потребителям денежных средств в тех случаях, когда товар не был доставлен потребителю, либо доставлен в неудовлетворительном состоянии, либо существенно отличается от того товара, который был заказан потребителем. В таких ситуациях отдельные продавцы нередко используют недобросовестную практику блокировки потребителей, внесения их в «черный список» и т.п.

Одной из общих проблем (характерной для всех этапов совершения интернет-покупок), с которой сталкиваются потребители в электронной торговле, являются трудности в установлении личности и местонахождения онлайн-продавца товаров.

Анонимность электронной торговли ослабляет взаимосвязь между продавцами и потребителями, повышая тем самым уязвимость последних. Интернет является средой, в которой весьма часто наблюдаются недобросовестные торговые практики. Вследствие этого поддержание доверия потребителей к цифровому рынку продажи товаров является одной из серьезных проблем в контексте развития электронной торговли. Недобросовестная коммерческая практика не позволяет потребителям принимать обоснованные решения о покупке, так как продавец вводит их в заблуждение относительно свойств товаров путем предоставления искаженной или ложной информации, использует агрессивные методы маркетинга,

намеренно создает путаницу в отношении торговых наименований и торговых марок конкурентов.

В целях исключения подобных негативных явлений в электронной торговле в настоящее время мировой тенденцией в защите прав интернет-потребителей является стремление к установлению и закреплению в национальном законодательстве такого уровня защиты потребительских прав, который обеспечивается при продаже товаров посредством традиционных форм торговли (т.е. как при продаже в стационарных торговых объектах).

В соответствии с пунктом 4 статьи 11 Модельного закона «Об электронной торговле», принятого постановлением Межпарламентской Ассамблеи государств – участников Содружества Независимых Государств от 25 ноября 2008 года № 31-12, покупатели в сфере электронной торговли, приобретающие услуги или купившие товар в розницу путем выполнения предписанных продавцом действий по оформлению заказа на условиях продавца и выражающие согласие с условиями возмездного договора, обмена или отсылки шаблонных записей своих персональных данных, обладают и могут воспользоваться всеми правами, предусмотренными национальным законодательством для защиты прав потребителей.

Обозначенные и иные проблемы защиты прав потребителей в электронной торговле следует учитывать при совершенствовании национального законодательства, а также при формировании правоприменительной практики государств – участников СНГ.

Правовое регулирование и правоприменительная практика защиты прав потребителей в электронной торговле в государствах – участниках СНГ неоднократно обсуждались на заседаниях Консультативного совета по защите прав потребителей государств – участников СНГ (далее – Консультативный совет). Учитывая трансграничность электронной торговли, стремительное развитие интернет-технологий, появление новых интернет-инструментов, оказывающих существенное влияние на потребительское поведение, проблемы защиты прав потребителей в электронной торговле требуют активизации детального обсуждения и поиска решений на международном уровне.

Настоящий Доклад подготовлен в соответствии с протоколом 18-го заседания Консультативного совета на базе информации, предоставленной регулирующими национальными органами государств – участников СНГ, а также на основе анализа законодательства всех государств – участников СНГ. В Докладе обобщены сведения о способах и алгоритмах защиты прав потребителей в электронной торговле в государствах – участниках СНГ, а также представлены рекомендации в целях повышения уровня защищенности потребителей в данном сегменте рынка.

Доклад может представлять интерес для уполномоченных органов государственного управления государств – участников СНГ, регулирующих деятельность по защите прав потребителей, заинтересованных органов отраслевого сотрудничества СНГ.

I. СПОСОБЫ И АЛГОРИТМЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ ГОСУДАРСТВ – УЧАСТНИКОВ СНГ

1.1. АЗЕРБАЙДЖАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА

Защита прав потребителей в Азербайджанской Республике при совершении покупок в интернет-торговле регулируется:

Гражданским кодексом Азербайджанской Республики;

Законом Азербайджанской Республики от 19 сентября 1995 года № 1113 «О защите прав потребителей» (далее – Закон № 1113);

Законом Азербайджанской Республики от 10 мая 2005 года № 908-II Г «Об электронной торговле» (далее – Закон № 908-II Г).

Основным законодательным актом, который определяет нормативно-правовую базу электронной торговли в Азербайджанской Республике, является Закон № 908-III Г.

Общие правовые, экономические и социальные основы и механизм единого регулирования отношений между потребителем и изготовителем, продавцом и исполнителем в процессе купли-продажи, выполнения работ и оказания услуг, а также защиты прав потребителей определены Законом № 1113.

Электронная торговля – деятельность по продаже товаров (в том числе загрузка через Интернет электронных книг, музыки, аудио- и видеоматериалов, графических изображений, виртуальных игр, программного обеспечения, размещение рекламы, другая аналогичная работа и услуги), осуществляемая с использованием информационных систем (статья 1 Закона № 908-II Г).

В соответствии со статьей 2 Закона № 908-II Г его действие распространяется на электронную торговлю, осуществляемую во всех сферах в Азербайджанской Республике, за исключением финансового рынка, в том числе рынка страхования и ценных бумаг.

Статьей 8 Закона № 908-II Г определены требования к заключению договора. Так, при реализации товаров (работ, услуг) с использованием информационных систем продавец (поставщик) до заключения договора должен предоставить покупателю (заказчику) на государственном языке информацию:

о наименовании и адресе поставщика;

основных потребительских свойствах товаров (работ и услуг);

ценах на товары (услуги, работ) с учетом налогов;

стоимости доставки;

условиях оплаты и исполнения заявки (заказа);

возможности использования предусмотренного Законом № 908-II Г права на отказ;

сроке действия предложения о заключении договора и цены;

способе и этапах заключения договора.

При этом указанные сведения должны быть предоставлены покупателю (заказчику) до заключения договора в форме подтверждения в письменной форме.

Покупатель (заказчик) независимо от порядка оплаты товара (работы, услуги) в течение 7 рабочих дней может отказаться от выполнения заключенного договора без выплаты штрафа и без указания причины возврата. Продавец (поставщик) в течение 7 дней должен вернуть без дополнительной затраты уплаченную покупателем (заказчиком) сумму. При этом с покупателя (заказчика) может быть удержана только затрата, связанная с возвратом товара (статья 9 Закона № 908-II Г).

Если при выполнении договора продавец (поставщик) по собственной инициативе осуществляет доставку товаров и услуг на платной основе, то отсутствие ответа покупателя (заказчика) на такое предложение не считается согласием (статья 10 Закона № 908-II Г).

Статьей 11 Закона № 908-II Г закреплена ответственность продавца (поставщика) за ложное информирование покупателя (заказчика). Так, продавец (поставщик) несет ответственность за ложное информирование покупателя (заказчика) и компетентного государственного органа в порядке, установленном законодательством Азербайджанской Республики.

Для внесудебного урегулирования споров, связанных с нарушением прав, потребители могут обращаться в Совет по медиации. Обращение потребителей в государственные и негосударственные органы для защиты своих прав не ограничивает их право на обращение в суд в связи со спором.

1.2. РЕСПУБЛИКА АРМЕНИЯ

В Республике Армения осуществление электронной торговли регулируется следующими нормативно-правовыми актами:

Гражданским кодексом Республики Армения;

Законом Республики Армения от 20 июля 2001 года № ЗР-197 «О защите прав потребителей» (далее – Закон № ЗР-197);

Законом Республики Армения от 18 декабря 2004 года № ЗР-129 «О применении контрольно-кассовых аппаратов»;

Законом Республики Армения от 21 декабря 2004 года № ЗР-134 «О торговле и услугах» (далее – Закон № ЗР-134).

Законодательным актом, направленным на развитие, в том числе электронной торговли, является Закон Республики Армения от 15 января 2005 года № ЗР-40 «Об электронном документе и электронной цифровой подписи».

В этой связи защита прав потребителей при совершении покупок в интернет-магазинах в случае нарушения прав потребителя осуществляется в соответствии с указанными нормативными правовыми актами.

В соответствии с пунктом 2 статьи 9 Закона № ЗР-134 розничная торговля осуществляется в магазинах, киосках, павильонах, пунктах продажи жидкого топлива, технических жидкостей, сжиженного природного газа и компримированного природного газа, в торговых центрах, на рынках товаров народного потребления, сельскохозяйственной продукции и животных, ярмарках (вернисажах), в выставочно-торговых точках, через мобильные точки продаж и торговые автоматы, а также посредством электронной связи.

Закон № ЗР-197 содержит обязательные нормы, регулирующие отношения, возникающие между потребителями и продавцами, изготовителями при продаже товаров, устанавливает права потребителей на приобретение товаров (услуг) надлежащего качества, получение информации о товарах (услугах) и об их изготовителях (продавцах), определяет порядок предъявления требований при покупке некачественного товара, обязанности продавца и изготовителя по устранению недостатков и компенсации ущерба, сроки ремонта товара и возврата денежных средств, меры ответственности за неисполнение законных требований потребителя, обеспечивает государственную и общественную защиту интересов потребителей.

1.3. РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ

Взаимоотношения потребителей и продавцов в сфере электронной торговли регулируются:

Гражданским кодексом Республики Беларусь (все положения кодекса, касающиеся договоров розничной купли-продажи, распространяются на рассматриваемые взаимоотношения);

Законом Республики Беларусь от 9 января 2002 года № 90-З «О защите прав потребителей»;

Законом Республики Беларусь от 8 января 2014 года № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания» (далее – Закон № 128-З);

Указом Президента Республики Беларусь от 1 февраля 2010 года № 60 «О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет» (далее – Указ № 60);

Правилами продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли, утвержденными постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 года № 31 (далее – Правила дистанционной торговли);

Правилами продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания, утвержденными постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 22 июля 2014 года № 703 (в части, не урегулированной Правилами дистанционной торговли).

В соответствии с пунктом 4 статьи 28 Закона Республики Беларусь от 17 июля 2018 года № 130-З «О нормативных правовых актах» (далее – Закон

№ 130-3) в целях обеспечения полноты правового регулирования соответствующих общественных отношений в нормативно-правовом акте должны предусматриваться комплексное регулирование общественных отношений, относящихся к предмету правового регулирования этого акта, исключающее пробелы в правовом регулировании и излишние отсылочные и бланкетные нормы, а также меры по реализации его положений. Нормативный правовой акт должен точно определять предмет правового регулирования, а также субъектов, на которых распространяется его действие.

С учетом приведенных норм Закона № 130-3 в Республике Беларусь разработано действующее законодательство о торговле (в том числе в части дистанционной торговли) и законодательство о защите прав потребителей:

регулирование осуществления торговли (включая дистанционную торговлю как одну из форм торговли) субъектами хозяйствования (т.е. установление правил осуществления такой деятельности для субъектов торговли (права и обязанности, ответственность));

регулирование отношений потребителей с изготовителями, продавцами (в том числе с интернет-продавцами), представителями, поставщиками, исполнителями, ремонтными организациями, возникающих из договоров розничной купли-продажи, подряда, аренды, страхования, хранения, энергосбережения, комиссии, перевозки пассажира, перевозки груза, возмездного оказания услуг и иных подобных договоров.

При этом законодательство о торговле содержит требование к продавцам (в том числе к интернет-продавцам) соблюдать законодательство о защите прав потребителей.

Таким образом, интернет-продавцы обязаны осуществлять торговую деятельность в соответствии с требованиями законодательства о торговле и законодательства о защите прав потребителей. Это означает, что все требования законодательства о защите прав потребителей распространяются и на интернет-продавцов (в том числе в части выдачи документа, подтверждающего оплату, возврата качественного или некачественного товара, возврата уплаченных денежных средств в случае возврата потребителем товара, расторжения договора купли-продажи в связи с непредставлением обязательной информации о товаре и т.д.), т.е. потребителям предоставлены равные возможности для восстановления их нарушенных прав независимо от того, где приобретен товар – в стационарном торговом объекте или в интернет-магазине.

Постановлением Совета Министров Республики от 25 июня 2021 года № 363 «О реализации Закона Республики Беларусь «Об изменении Закона Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» в Правила продажи товаров при осуществлении розничной торговли по образцам, утвержденные постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 года № 31, внесены изменения, которыми расширен перечень

информации, которую интернет-продавцы обязаны доводить до сведения потребителей, а указанные Правила переименованы в Правила дистанционной торговли.

Так, с 8 июля 2021 года (дата вступления в силу названного Постановления) при осуществлении дистанционной торговли с использованием сети Интернет продавцы обязаны на главной странице сайта интернет-магазина размещать информацию:

о полном наименовании и месте нахождения юридического лица либо фамилии, имени, отчестве (если таковое имеется) и месте жительства индивидуального предпринимателя, а также информацию о государственной регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя;

номерах контактных телефонов, адресе электронной почты продавца, а также лица, уполномоченного продавцом рассматривать обращения покупателей о нарушении их прав, предусмотренных законодательством о защите прав потребителей;

номерах контактных телефонов работников местных исполнительных и распорядительных органов по месту государственной регистрации продавца, уполномоченных рассматривать обращения покупателей в соответствии с законодательством об обращениях граждан и юридических лиц;

режиме работы;

способе оплаты товаров и их доставки;

дате включения сведений об интернет-магазине в Торговый реестр Республики Беларусь.

Справочно: с учетом требований, содержащихся в Законе № 128-З и Указе № 60, интернет-магазин должен быть зарегистрирован в Торговом реестре Республики Беларусь, а его доменное имя – в национальной доменной зоне «.by» и «.бел» (проверить регистрацию интернет-магазина в Торговом реестре Республики Беларусь можно на сайте www.mart.gov.by).

В целях повышения правовой грамотности потребителей Правилами дистанционной торговли установлено, что при передаче товаров продавец должен предоставить покупателю информацию о правах покупателя и обязанностях продавца в соответствии с законодательством о защите прав потребителей.

Данные нормы направлены на обеспечение взаимодействия потребителей и интернет-продавцов в досудебном порядке.

Также до момента заключения договора продавец должен довести до сведения покупателя:

информацию о том, что товары были в употреблении или в них устранялся недостаток (недостатки), в том числе об имеющихся в товарах недостатках, размещаемую с наименованием товара;

информацию о том, что товары являются конфискованными или обращенными в доход государства иным способом;

информацию об истекших сроке службы и (или) сроке хранения товаров, о дате и номере разрешения на дальнейшую их реализацию и сроке, в течение которого товары возможны к использованию (для непродовольственных товаров, срок службы и (или) срок хранения которых истекли, но реализация которых разрешена в порядке, установленном Правительством Республики Беларусь);

иную информацию, предусмотренную Правилами дистанционной торговли.

В целях повышения правовой грамотности потребителей Министерством антимонопольного регулирования и торговли (МАРТ) Республики Беларусь, являющимся регулятором в сфере защиты прав потребителей, на постоянной основе осуществляется информирование потребителей посредством специально созданного для этих целей телеграм-канала «МАРТ о правах потребителей», а также в средствах массовой информации.

1.4. РЕСПУБЛИКА КАЗАХСТАН

В Республике Казахстан торговая деятельность, в том числе совершение покупок в Интернете, регулируется:

Законом Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года № 544-II «О регулировании торговой деятельности» (далее – Закон № 544-II);

Законом Республики Казахстан от 4 мая 2010 года № 274-IV «О защите прав потребителей» (далее – Закон № 274-IV).

Уполномоченным органом по защите прав потребителей в Республике Казахстан является Комитет по защите прав потребителей Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан (далее – Комитет по защите прав потребителей).

В Республике Казахстан на постоянной основе проводится работа по совершенствованию законодательной базы регулирования торговой деятельности, в том числе электронной, а также защиты прав потребителей. Принятые изменения в законодательстве направлены на расширение полномочий уполномоченных органов, в том числе уравнивание принципов регулирования торговой и электронной торговой деятельности, работы в рамках ВТО и ЕАЭС, законодательное регулирование деятельности субъектов электронной торговли и др.

В Законе № 274-IV введен новый принцип обеспечения защиты законных интересов потребителей в электронной коммерции не менее уровня защиты, предоставляемого в других формах торговли. Данная норма обеспечивает равные возможности защиты прав потребителей при осуществлении электронных покупок и покупок в других формах.

Законом № 274-IV возложены определенные обязательства на продавцов в электронной торговле и электронных торговых площадок. Они введены в целях законодательного регулирования обязательств продавцов в электронной

торговле в связи с развитием электронной торговли в Республике Казахстан и появлением новых электронных торговых площадок. В частности:

продавец в электронной торговле перед заключением договора купли-продажи обязан предоставить потребителю информацию о процедуре оплаты товара и его стоимости;

потребителю при реализации продавцом товара в электронной торговле в случае технической реализации должна быть предоставлена возможность оценки или комментирования (оставление отзыва о товаре и продавце) товара и продавца;

продавец обязан предоставлять информацию о стоимости и доставке товаров до заключения с покупателем договора;

торговые площадки должны иметь внутренние процедуры по недопущению некорректных действий продавцов и предоставлению ими недостоверной информации для предотвращения незаконной торговли;

торговые площадки обязаны работать через защищенные каналы связи. Изменения в части внутренних мер безопасности предусматривают обязательство электронных торговых площадок проводить проверку и допускать продавцов на такую электронную торговую площадку только после проведения проверки и прохождения продавцом процедур безопасности. Введением таких норм законодатель принимает меры по защите всех участников электронной торговой площадки, в том числе решаются вопросы оперативного рассмотрения претензий потребителей (покупателей) и установления порядка эффективной работы такой площадки;

введена норма по невозврату «абонентского устройства сотовой связи» (после приобретения сотовых телефонов возврат в течение 14 дней невозможен).

Закон № 544-ІІ, регулирующий электронную торговлю:

дополнен нормой, конкретизирующей ценообразование для внутренней торговли, т.е. цены за товары при реализации на территории Республики Казахстан должны указываться в национальной валюте – тенге (на условиях публичного договора). Данное изменение исходило из практической проблемы того, что продавцы на интернет-ресурсах указывали стоимость товаров в иностранной валюте;

дополнен нормой о средствах идентификации в рамках положений о маркировке товаров. Маркировка товаров введена с целью дальнейшего противодействия реализации контрафактной продукции, прослеживаемости товаров на территории Республики Казахстан;

предусматривает запрет на продажу немаркированного товара, в случае если такой товар подлежит маркировке. В данных целях также введено определение национального каталога товаров;

дополнен понятием «электронная коммерция», которое нацелено на разграничение приобретения и продажи товаров и услуг на электронных

торговых площадках, а также используется для развития возможностей продажи услуг в сети Интернет и правового регулирования такой деятельности;

в целях развития электронной торговли определены функции фулфилмент-центров, в число которых входят комплектация товара в соответствии с поступающими заказами на товар, упаковка товара, доставка товара покупателю собственной службой доставки или отправка товара посредством сторонних служб доставки, получение оплаты за товар от покупателей, обработка возвратов.

Справочно: фулфилмент-центр – логистический центр, выполняющий весь комплекс операций с момента оформления заказа на товар покупателем и до момента его доставки покупателю, в том числе выполняющий такие функции, как складское хранение товаров, прием и обработка заказов, комплектация и упаковка заказов, получение оплаты от покупателей, доставка заказов, прием возвратов заказов в сфере электронной торговли.

В целях дальнейшего совершенствования законодательства в сфере электронной торговли Комитет по защите прав потребителей приступил к разработке второго пакета поправок в законодательные акты Республики Казахстан по вопросам защиты прав потребителей, где предлагается установить нормы по защите прав потребителей при продаже товара на электронных торговых площадках, в частности особенности защиты прав потребителей при дистанционном способе покупки товара, в том числе электронным способом, обязанности электронной торговой площадки и владельцев страниц социальных сетей и требования по соблюдению вопросов защиты прав потребителей в сегменте электронной торговли.

Также разрабатываемым законопроектом предлагается ввести Реестр добросовестных предпринимателей (далее – Реестр) для стимулирования бизнес-сообщества электронной торговли. Субъекту предпринимательства достаточно зарегистрироваться в системе «e-tutynushy», для того чтобы покупатели могли в открытом доступе получить информацию о нем из Реестра.

Справочно: с января 2021 года в Республике Казахстан введена в действие единая информационная система «e-tutynushy», направленная на обеспечение рассмотрения обращений потребителей в сфере защиты прав потребителей.

Таким образом, перед покупкой потребитель всегда сможет посредством приложения «e-tutynushy» получить информацию о том, стоит доверять тому или иному продавцу или нет. В случае если субъект предпринимательства, зарегистрированный в Реестре, не соблюдает условия и требования законодательства в сфере защиты прав потребителей, он исключается из Реестра, оставаясь зарегистрированным в «e-tutynushy».

Задачами Реестра являются информирование потребителей о добросовестных предпринимателях, готовых представлять качественный продукт и уровень сервиса при оказании услуг, а также побуждение предпринимателей вступить в Реестр и стимулирование их к саморегуляции.

1.5. КЫРГЫЗСКАЯ РЕСПУБЛИКА

В Кыргызской Республике правоотношения, связанные с защитой прав потребителей в сфере электронной торговли, регулируются следующими нормативно-правовыми актами:

Гражданским кодексом Кыргызской Республики;

Законом Кыргызской Республики от 10 декабря 1997 года № 90 «О защите прав потребителей» (далее – Закон № 90);

Законом Кыргызской Республики от 22 декабря 2021 года № 154 «Об электронной торговле» (далее – Закон № 154);

Кодексом Кыргызской Республики «О правонарушениях».

Уполномоченным органом по контролю за соблюдением законодательства в области защиты прав потребителей в Кыргызской Республике, в том числе при заключении дистанционных договоров, является Служба антимонопольного регулирования при Министерстве экономики и коммерции Кыргызской Республики.

Закон № 154 регулирует общественные отношения между физическими и юридическими лицами в сфере электронной торговли, осуществляемой с применением информационно-коммуникационных технологий. Кроме того, Закон устанавливает требования при оформлении и совершении электронных сделок по продаже, покупке и обмену товарами и/или работами, и/или услугами, включая исключительные права на объекты интеллектуальной собственности.

При этом данный Закон содержит положения законодательства о защите персональных данных, платежных услугах и электронных деньгах, об электронной подписи и электронном документе, о защите прав потребителей и о правах потребителей при заключении договоров.

Электронная сделка считается заключенной, если покупатель согласен с условиями оферты и выполнил все требования лица, направившего оферту, по оформлению акцепта.

Договор электронной сделки (далее – Договор) должен включать данные покупателя лишь в части, необходимой для оформления сделки.

Существенными условиями Договора являются:

реквизиты, позволяющие идентифицировать стороны Договора;

предмет Договора;

условия оферты;

способ акцепта, выбранный покупателем при принятии отдельных условий оферты продавца;

права и обязанности сторон Договора в соответствии с настоящим Законом;

документы об оценке соответствия и о происхождении товара в соответствии с законодательством страны продавца товара;

порядок проведения оплаты;

платежные реквизиты сторон Договора, позволяющие оплатить товар и/или услугу наличными и/или безналичными способами оплаты и/или электронными деньгами;

иные существенные условия, имеющие отношение к заключаемой сделке, определяемые продавцом.

Закон № 154 также содержит положения о защите и хранения электронных документов и сообщений в сфере электронной торговли. В то же время важное и неотъемлемое право покупателя (потребителя) в рамках осуществления дистанционной торговли – это право на информацию.

Продавец для участия в электронной сделке и обеспечения защиты прав и интересов потребителей обязан:

разместить на главной странице своего интернет-ресурса и/или предоставить оператору торговой платформы информацию или ссылку на информацию, содержащую:

а) полное наименование юридического лица или ФИО индивидуального предпринимателя;

б) юридический и фактический адрес, электронный адрес, номера контактных телефонов, а также, в случае необходимости, другие реквизиты продавца;

в) перечень мер по соблюдению политики конфиденциальности;

обеспечить право потребителей на получение информации о товаре или услугах;

не вводить в заблуждение покупателей ложной информацией об объемах и количестве продаж, об отзывах и оценках;

Согласно ст. 24¹ Закона № 90, потребителю в момент доставки товара должна быть в письменной форме предоставлена полная информация о нем, предусмотренная ст. 9 настоящего Закона, а также информация о порядке и сроках его возврата. Потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара – в течение 14 дней. В случае если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент его доставки, потребитель вправе отказаться от товара в течение 3 месяцев с момента его передачи.

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 по договору, не позднее чем через 10 дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования либо не позднее 5 дней со дня получения продавцом возвращенного товара.

Подтверждением даты получения продавцом возвращенного товара является отметка почтовой или курьерской службы о передаче товара.

Расходы, связанные с возвратом товара, приобретенного дистанционным способом, несет продавец.

Статьей 24¹ Закона № 90 предусмотрены права потребителей при покупке товаров дистанционным способом. Кроме того, данной статьей предусмотрен перечень информации, доводимой до сведения потребителей до момента заключения договора.

Также пунктом 3 статьи 9 Закона № 90 определено, что если техническая документация (технический паспорт, руководство по эксплуатации и другие) на товары выполнены на иностранном языке, то обязательно наличие его перевода на государственный и официальный языки.

Последствия продажи товара ненадлежащего качества дистанционным способом установлены положениями, предусмотренными статьями 17–23 Закона № 90 (возврат, ремонт, сроки для возврата товара ненадлежащего качества и др.). В соответствии со статьей 49 Закона № 90 Государственный антимонопольный орган в пределах своих полномочий осуществляет государственный контроль за соблюдением законов и иных нормативных правовых актов Кыргызской Республики, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей.

В соответствии с частью 3 статьи 16 Закона № 90 Государственный антимонопольный орган осуществляет досудебную защиту в пределах своих полномочий: рассматривает заявления и обращения граждан в области защиты прав потребителей, в том числе при совершении ими покупок в интернет-магазинах.

Обязанность предоставления фактических обстоятельств, способствующих удовлетворению заявления (доказательств), возлагается на заявителя, в том числе и предоставление сведений о фирменном наименовании продавца, месте его нахождения (юридическом адресе). В этой связи Государственным антимонопольным органом рассматриваются заявления граждан, если интернет-магазин находится в зоне Кыргызской Республики.

При рассмотрении заявлений граждан, совершивших покупку в интернет-магазинах, одной из основных проблем является установление места нахождения продавца. В случаях, когда юридический адрес продавца не может быть установлен, Государственный антимонопольный орган выносит решение о приостановлении административной процедуры. Возобновляется она после устранения обстоятельств, вызвавших ее приостановление.

Административная процедура прекращается в случае неустранения обстоятельств, вызвавших ее приостановление. Дело передается на дальнейшее рассмотрение в правоохранительные органы.

Ответственность за нарушение правил любого вида деятельности в области электронной торговли предусмотрена Кодексом Кыргызской

Республики «О правонарушениях», влечет предупреждение или наложение штрафа на физических лиц в размере 30 расчетных показателей, на юридических лиц – 130 расчетных показателей.

1.6. РЕСПУБЛИКА МОЛДОВА

В Республике Молдова отношения, связанные с защитой прав потребителей в сфере электронной торговли, регулируются следующими нормативно-правовыми актами:

Законом Республики Молдова от 13 марта 2003 года № 105-XV «О защите прав потребителей»;

Законом Республики Молдова от 22 июля 2004 года № 284 «Об электронной торговле» (далее – Закон № 284);

Законом Республики Молдова от 26 февраля 2016 года № 8 «О правах потребителей при заключении договоров» (далее – Закон № 8).

Органом по надзору за соблюдением законодательства в области защиты прав потребителей в Республике Молдова, в том числе при заключении дистанционных договоров и договоров, заключенных вне торговых помещений, является Агентство по защите прав потребителей и надзору за рынком.

Закон № 284 устанавливает принципы регулирования электронной торговли, условия предоставления услуг информационного общества, ответственность поставщиков услуг и посредников.

При этом данный закон содержит положения законодательства о защите персональных данных, платежных услугах и электронных деньгах, об электронной подписи и электронном документе, о защите прав потребителей и о правах потребителей при заключении договоров.

Порядок заключения электронного договора и порядок обмена офертой и акцептом предусматривают следующие условия:

электронный договор заключается путем обмена между сторонами офертой и акцептом; признается заключенным с момента получения стороной, направившей оферту, акцепта, направленного другой стороной, если договором не предусмотрено иное;

местом заключения электронного договора признается место нахождения агента электронной торговли, если договором не предусмотрено иное;

не допускаются продажа вещи, выполнение работы или предоставление услуги, не заказанных покупателем или заказчиком. В случаях продажи вещи, выполнения работы или оказания услуги, не заказанных покупателем или заказчиком, запрещается требовать от него уплаты цены вещи, включая плату за поставку, оплаты тарифа на работу или услугу;

оферта и акцепт должны храниться сторонами электронного договора до момента прекращения его действия в той форме, в какой они были переданы, а получателем – в той форме, в какой они были получены, если иное не предусмотрено договоренностью сторон;

условия размещения заказа. Если получатель услуг размещает заказ с помощью электронных средств, поставщик услуг должен подтвердить без промедления посредством тех же электронных средств получение информации о заказе, включая согласие получателя услуг или его отказ от заказа.

Закон № 284 также содержит положения о защите персональных данных. При их обработке поставщики услуг обязаны соблюдать режим конфиденциальности данных, предпринимать организационные и технические меры, необходимые для защиты персональных данных от незаконного или случайного доступа к ним.

В то же время важное и неотъемлемое право покупателя (потребителя) в рамках осуществления дистанционной торговли – это право на информацию.

Обязанность информирования покупателя при заключении дистанционных договоров играет основополагающую роль, так как продавец и покупатель не встречаются при заключении договора, а ознакомление со свойствами предлагаемого товара осуществляется только на основании заявленных продавцом характеристик товара. В такой ситуации принятие покупателем решения о заключении сделки зависит от полноты и достоверности представляемой информации. В этой связи законодательство Республики Молдова весьма детально регулирует обязанности продавцов по информированию потребителей в рамках дистанционных договоров.

Информационные требования к дистанционным договорам предусмотрены статьей 5 Закона № 8 и в обязательном порядке включают информацию о продавце – юридическом или физическом лице (его наименование и адрес, номер телефона, номер факса, адрес электронной почты и порядок приема жалоб); основные характеристики продуктов или услуг; стоимость товаров или услуг с учетом всех налогов, в случае если стоимость не может быть разумно рассчитана вовремя (учитывая характер товаров или услуг) – метод расчета цены и все дополнительные расходы на транспорт, доставку, почтовые расходы, сборы; способы оплаты, доставки, дату или период, в течение которого продавец обязуется поставить товары или оказать услуги; расходы, связанные с возвратом продукции; гарантийные обязательства на товар, если применимо, – наличие и условия послепродажной помощи, предоставляемой потребителю, послепродажного обслуживания (включая адрес места поставки и того, кто несет транспортные расходы) и др.

Одновременно в целях защиты прав потребителей при осуществлении дистанционной торговли статьей 7 Закона № 8 предусмотрены следующие обязательные для продавца (торговца) требования:

передача информации в доступной для потребителя форме с использованием ясного и понятного языка;

если дистанционный договор обязывает потребителя уплачивать суммы, информация о стоимости должна располагаться (отображаться) в непосредственной близости от подтверждения, необходимого для заказа;

если для активации заказа требуется кнопка или аналогичная функция, они должны быть четко помечены словами «Заказать с оплатой», или «Купить сейчас», или «Оплатить сейчас», или «Подтвердить покупку» либо содержать соответствующую недвусмысленную формулировку, указывающую на то, что оформление заказа подразумевает обязательство произвести платеж продавцу. Если продавец нарушает данные положения, потребитель не несет никаких обязательств по договору или заказу;

если продавец звонит потребителю для заключения дистанционного договора, он должен представиться в начале разговора, представить личность лица, от имени которого он звонит, и указать коммерческую цель звонка;

если дистанционный договор должен быть заключен по телефону, инициированному продавцом, он должен подтвердить предложение, сделанное потребителю, обязательство которого начинается только после того, как он подписал предложение или отправил свое согласие;

продавец должен предоставить потребителю подтверждение заключения дистанционного договора в разумный срок с его момента заключения и не позднее чем в момент доставки товаров или до начала, когда запрошена услуга.

При этом потребитель имеет право в течение 14 календарных дней отозвать дистанционный договор без необходимости обосновывать решение об отзыве и не нести других расходов, кроме расходов, связанных с возвратом товаров.

1.7. РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ

Права потребителей в сфере электронной торговли в Российской Федерации определены совокупностью положений, закрепленных в следующих нормативных правовых актах:

в Гражданском кодексе Российской Федерации (далее – ГК РФ);

Законе Российской Федерации от 7 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон № 2300-1);

Правилах продажи товаров по договору розничной купли-продажи, утвержденных постановлением Правительством Российской Федерации от 31 декабря 2020 года № 2463 (далее – Правила продажи).

Кроме того, защите прав потребителей в сфере электронной коммерции, которая, в свою очередь, является одной из самых динамично развивающихся сфер экономики (а ее гармоничное развитие способно расширить ассортимент реализуемых товаров (работ, услуг), снизить их стоимость и сделать их более доступными для потребителей, в том числе для людей с ограниченными возможностями), уделено особое внимание в Стратегии государственной политики Российской Федерации в области защиты прав потребителей на период до 2030 года (далее – Стратегия), разработанной по итогам проведения

заседания президиума Государственного совета Российской Федерации и утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 августа 2017 года № 1837-р.

Для достижения целей Стратегии предлагается обеспечить защиту потребителей в сфере электронной торговли на уровне не ниже того, который обеспечивается применительно к другим формам торговли, в том числе в части расширения состава информации о продавце (исполнителе, изготовителе) и о товарах (работах, услугах), доведение которой до сведения потребителя является обязательным, а также размещения такой информации на сайтах в Интернете (в соответствующих мобильных приложениях) лицом, являющимся продавцом (исполнителем) в соответствии с Законом № 2300-1, и о лице, предоставляющем в Интернете возможность заключить договор с продавцом (исполнителем) и произвести предварительную оплату товара (услуги) на свой банковский счет.

В целях практической реализации соответствующих положений Стратегии был разработан и с 1 января 2019 года вступил в силу Федеральный закон от 29 июля 2018 года № 250-ФЗ «О внесении изменений в Закон «О защите прав потребителей», который определил правовое положение нового субъекта потребительских отношений – владельца агрегатора информации о товарах и услугах в Интернете, а также дополнил обязанности продавцов, исполнителей, уполномоченных организаций, уполномоченных индивидуальных предпринимателей по доведению достоверной информации о себе непосредственно на своем сайте или через информационный ресурс владельца агрегатора. Между тем через владельца агрегатора может быть оформлен возврат предоплаты за товар, если он не был доставлен в срок. Для этого необходимо уведомить продавца об отказе от исполнения договора в связи неисполнением обязательства передать товар в установленный срок.

Также указанным законом определена ответственность владельца агрегатора за убытки, причиненные потребителю вследствие предоставления ему недостоверной информации о товаре (услуге) или продавце (исполнителе).

В Законе № 2300-1 названы случаи их освобождения от ответственности. Например, если владелец агрегатора не изменял информацию о товаре (услуге), то требование потребителя о возмещении ему убытков, причиненных продажей товара (или оказания услуги) на основе неполной или недостоверной информации, должно адресоваться напрямую продавцу (исполнителю услуги).

Помимо прочего, Законом № 2300-1 установлены случаи, в которых владелец агрегатора по требованию потребителя обязан вернуть сумму предварительной оплаты товара (услуги). В частности, это ситуации, когда товар не доставлен (услуга не оказана) в срок и потребитель в связи с этим направил продавцу (исполнителю) уведомление об отказе от них и сообщил об этом владельцу агрегатора. В возврате такой предоплаты может быть отказано потребителю, если продавец предоставит подтверждение о передаче товара потребителю.

С 1 января 2021 года вступили в силу Правила продажи, которые регулируют отношения между продавцами и потребителями при продаже товаров по договору розничной купли-продажи, в том числе при дистанционном способе продажи товаров.

Ряд ранее действующих правил, регулирующих стационарную розничную торговлю, продажи товаров по образцам и дистанционным способом, комиссионную торговлю, больше не применяется.

Согласно соответствующему разделу актуализированных Правил продажи продавец или уполномоченное им лицо вправе ознакомить потребителя, заключившего договор розничной купли-продажи дистанционным способом продажи товара, с приобретаемым товаром до его передачи потребителю.

При покупке товаров в интернет-магазинах предусмотрено новое правило, согласно которому продавец предоставляет потребителю подтверждение заключения договора розничной купли-продажи после получения сообщения потребителя о намерении заключить договор розничной купли-продажи. Такое подтверждение должно содержать номер заказа, который позволяет потребителю получить информацию о заключенном договоре розничной купли-продажи и его условиях.

Правилами продажи предусмотрено, что продавец предоставляет потребителю полную и достоверную информацию, характеризующую предлагаемый товар, посредством ее размещения на сайте и (или) странице сайта в Интернете, и (или) в программе для электронных вычислительных машин, и (или) в средствах связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и др.), и (или) в каталогах, буклетах, проспектах, на фотографиях или в других информационных материалах.

Обязанность продавца, предусмотренная пунктом 3 статьи 26.1 Закона № 2300-1, признается исполненной также в случае предоставления потребителю информации с помощью электронных и иных технических средств.

Юридические лица, зарегистрированные на территории Российской Федерации и осуществляющие продажу товаров дистанционным способом продажи товара на территории Российской Федерации, обязаны указывать полное фирменное наименование (наименование), основной государственный регистрационный номер, адрес и место нахождения, адрес электронной почты и (или) номер телефона.

Индивидуальные предприниматели, зарегистрированные на территории Российской Федерации и осуществляющие продажу товаров дистанционным способом продажи товара на территории Российской Федерации, обязаны указывать фамилию, имя, отчество (при наличии), основной государственный регистрационный номер, адрес электронной почты и (или) номер телефона.

Указанная информация доводится до потребителя посредством ее размещения на сайте (при его наличии) и (или) странице сайта в сети Интернет (при его наличии), а также в программе для электронных вычислительных машин (при ее наличии).

Идентификация потребителя в целях заключения и (или) исполнения договора розничной купли-продажи с использованием сети Интернет может осуществляться в том числе с помощью федеральной государственной информационной системы «Единая система идентификации и аутентификации в инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме», если необходимость такой идентификации предусмотрена законодательством Российской Федерации.

При доставке товара, приобретенного дистанционно, он передается потребителю по указанному им адресу, а при отсутствии потребителя – лицу, предъявившему информацию о номере заказа (это, в частности, означает, что теперь совместно проживающим с потребителем по указанному им адресу лицам не требуется предъявлять доверенность и документ, удостоверяющий личность).

Потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара – в течение 7 дней на основании пункта 4 статьи 26.1 Закона № 2300-1. 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.

Однако потребитель не вправе отказаться от товара надлежащего качества, имеющего индивидуально-определенные свойства, если указанный товар может быть использован исключительно приобретающим его потребителем.

При отказе потребителя от товара продавец должен вернуть ему денежную сумму, уплаченную потребителем по договору, за исключением расходов продавца на доставку от потребителя возвращенного товара, не позднее чем через 10 дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования.

Если товар, приобретенный в сети Интернет, оказался ненадлежащего качества, то в этом случае потребитель в отношении товара с недостатками в целях защиты своих прав имеет все те же права, что и при «традиционной» (офлайн) торговле.

Статьи 18–24 Закона № 2300-1 предусматривают возможность замены товара на новый, соразмерного уменьшения покупной цены, а также возврата продавцу товара с недостатками (расторжение договора).

Продавец должен довести до потребителя информацию о форме и способах направления претензий. Если продавец не довел до потребителя информацию о форме и способах направления претензий, последний может направить претензию в любой форме и любым способом.

Новые Правила продажи допускают, что расходы на возврат товара ненадлежащего качества не всегда несет потребитель, так как договором могут быть установлены ситуации, когда потребитель освобожден от оплаты доставки товара продавцу. При этом возврат некачественного товара всегда производится за счет продавца.

Оплата товара потребителем путем перевода средств на счет третьего лица, указанного продавцом, не освобождает продавца от обязанности осуществить возврат уплаченной потребителем суммы при возврате потребителем товара как надлежащего, так и ненадлежащего качества.

В то же время защита прав и законных интересов потребителей как непосредственных участников потребительских сделок, в том числе совершаемых дистанционным способом (посредством использования информационных технологий), обеспечивается Законом № 2300-1, который не только устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), но и определяет механизм реализации этих прав, который заключается в закреплённой Законом о защите прав потребителей гарантированной возможности привлечения соответствующих субъектов к гражданско-правовой имущественной ответственности за нарушение прав потребителей, включая право на информацию, а также за несвоевременное рассмотрение предъявляемых требований или за уклонение от их рассмотрения в установленном порядке. Виды и основания такой ответственности определены, в частности, статьями 12–15 и 23 Закона № 2300-1.

Защита прав потребителей в Российской Федерации осуществляется как на федеральном, так и на региональном и муниципальном уровнях.

Федеральный уровень в этой системе представляет Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (далее – Роспотребнадзор), которая реализует полномочия, призванные обеспечивать защиту прав потребителей в административном и судебном порядке.

Административный порядок защиты прав потребителей с 1 июля 2021 года осуществляется с учетом Федерального закона от 31 июля 2020 года № 248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» и Положения о федеральном государственном контроле (надзоре) в области защиты прав потребителей, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 25 июня 2021 года № 1005.

Чтобы обращения граждан, потребительские права которых нарушены, могли стать законным основанием для проведения внеплановой проверки Роспотребнадзора (его территориальных органов), необходимо подтверждение заявителем факта того, что до обращения в Роспотребнадзор (его территориальные органы) он обращался за защитой (восстановлением) своих нарушенных прав к юридическому лицу, индивидуальному предпринимателю и такое обращение не было рассмотрено либо требования заявителя не были удовлетворены, т.е. предварительный претензионный порядок обращения потребителя с соответствующими требованиями непосредственно к хозяйствующему субъекту является обязательным основанием для проведения внеплановой проверки.

Требование потребителя о замене товара ненадлежащего качества или возврате денег за товар в любом случае носит имущественный характер, и если оно не будет удовлетворено продавцом в добровольном порядке, то в соответствии со статьей 11 ГК РФ, пунктом 1 статьи 17 Закона № 2300-1 спор может быть разрешен только судом.

Роспотребнадзор (его территориальные органы) в соответствии со статьей 40 Закона № 2300-1 вправе обращаться в суд с заявлениями в защиту прав потребителей и законных интересов отдельных потребителей (группы потребителей, неопределенного круга потребителей), а также с заявлениями о ликвидации изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации, импортера, владельца агрегатора) либо о прекращении деятельности индивидуального предпринимателя (уполномоченного индивидуального предпринимателя) за грубое (повлекшее смерть или массовые заболевания, отравления людей) нарушение прав потребителей.

Роспотребнадзор (его территориальные органы) может быть привлечен судом к участию в деле, а также вправе вступать в дело по своей инициативе или по инициативе лиц, в нем участвующих, для дачи заключения по делу в целях защиты прав потребителей в рамках гражданского или административного судопроизводства.

Заключение по делу в целях защиты прав потребителя представляет собой мнение уполномоченного органа о характере рассматриваемых правоотношений, о правомерности и обоснованности заявленных истцом требований, о применяемых к спорным правоотношениям нормах правовых актов, по другим вопросам (правового характера), возникающим в ходе рассмотрения дела или поставленным судом.

Для привлечения Роспотребнадзора (его территориального органа) к участию в гражданском деле потребителю необходимо заявить в суде соответствующее ходатайство либо обратиться в адрес территориального органа, представив копии документов, характеризующих существо судебного спора, в том числе:

искового заявления с отметкой о принятии судом;

отзыва ответчика на исковое заявление (при наличии);
иных документов, имеющих значение для разрешения дела.

Потребитель может очно обратиться в консультационные центры Роспотребнадзора, где ему будет оказана практическая помощь в подготовке претензии и искового заявления.

В то же время для оказания консультационной помощи потребитель может обратиться в общественные приемные Роспотребнадзора (его территориальных органов), в консультационные центры и пункты по защите прав потребителей, функционирующие на базе центров гигиены и эпидемиологии, или многофункциональные центры оказания государственных и муниципальных услуг, а также на горячую линию Роспотребнадзора, где потребителя могут проконсультировать в устной форме. При этом разъяснения и консультирование потребителей ведутся Роспотребнадзором (его территориальными органами) на постоянной основе.

Еще одним из приоритетных направлений в деятельности Роспотребнадзора (его территориальных органов) является информирование граждан, которое проводится через средства массовой информации в рамках совместных мероприятий с органами социальной защиты.

Созданный Роспотребнадзором в 2016 году Государственный информационный ресурс в области защиты прав потребителей (www.zpp.rosпотребнадzor.ru) является потенциально мощным драйвером роста потребительской осведомленности о собственных правах и обязанностях, о недобросовестных практиках, некачественных товарах, о субъектах национальной системы защиты прав потребителей.

На данном портале размещена вся нормативная база по защите прав потребителей, включая международные и региональные правовые акты, находящиеся на обсуждении законопроекты. В открытом доступе опубликована информация по всем органам и организациям Роспотребнадзора, а также общественным объединениям по защите прав потребителей, оказывающим консультативную и информационную поддержку.

Каждый потребитель может ознакомиться с многочисленными памятками, обучающими видеороликами, образцами претензионных и исковых заявлений. Также на портале размещена вся информация о судебной практике Роспотребнадзора в сфере защиты прав потребителей.

В разделе «Защита прав потребителей/Справочник потребителя» на постоянной основе публикуются информация, а также памятки для развития просвещения потребителей, повышения их информированности о своих правах, о последовательности совершения конкретных действий для покупки товаров в Интернете, в том числе информация по разрешению и урегулированию споров в сфере защиты прав потребителей.

1.8. РЕСПУБЛИКА ТАДЖИКИСТАН

Совершение покупок в интернет-магазинах в Республике Таджикистан осуществляется в соответствии:

с Законом Республики Таджикистан от 19 марта 2013 года № 943 «О торговле и бытовых услугах»;

Законом Республики Таджикистан от 9 декабря 2004 года № 72 «О защите прав потребителей» (далее – Закон № 72).

С целью разработки механизма государственного контроля электронной коммерции через интернет-магазины разработан проект Закона Республики Таджикистан «Об электронной торговле», а также ведется работа по разработке проекта Национальной Стратегии развития электронной торговли.

В этой связи защита прав потребителей при совершении покупок в интернет-магазинах в случае нарушения прав осуществляется в соответствии с указанным законодательством.

Закон № 72 содержит обязательные нормы, регулирующие отношения, возникающие между потребителями и продавцами, изготовителями при продаже товаров, устанавливает права потребителей на приобретение товаров (услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни и здоровья, получение информации о товарах (услугах) и об их изготовителях (продавцах), определяет порядок предъявления требований при покупке некачественного товара, обязанности продавца и изготовителя по устранению недостатков и компенсации ущерба, сроки ремонта товара и возврата денежных средств, меры ответственности за неисполнение законных требований потребителя, обеспечивает государственную и общественную защиту интересов потребителей, а также определяет механизм реализации этих прав.

Законом № 72 установлены различные механизмы правовой защиты нарушенных прав потребителей: граждане имеют возможность отстоять свои права как в судебном, так и в досудебном порядке. Потребителю предоставлено право самостоятельно выбирать как форму, так и конкретный способ защиты.

Досудебный порядок защиты нарушенных прав потребителей предоставляет им возможность предъявить требования о защите нарушенного права непосредственно продавцу (изготовителю), не обращаясь с иском в суд. При этом предъявление требований продавцу (изготовителю) не лишает потребителя права заявить иск в суд, если продавец (изготовитель) откажется добровольно удовлетворить его требование полностью или частично.

Судебный порядок защиты нарушенных прав потребителя предусматривает обращение в суд с соответствующим иском как по иску самого потребителя, так и уполномоченного органа исполнительной власти по контролю (надзору) в области защиты прав потребителей (его территориальных органов), общественного объединения потребителей.

1.9. РЕСПУБЛИКА УЗБЕКИСТАН

В Республике Узбекистан отношения, связанные с защитой прав потребителей в сфере интернет-торговли, регулируются следующими нормативно-правовыми актами:

Конституцией Республики Узбекистан;

Гражданским кодексом Республики Узбекистан;

Законом Республики Узбекистан от 26 апреля 1996 года № 221-I «О защите прав потребителей» (далее – Закон № 221-I);

Законом Республики Узбекистан от 29 апреля 2004 года № 613-I «Об электронной коммерции»;

Постановлением кабинета Министров Республики Узбекистан от 2 июня 2016 года № 185 «О мерах по дальнейшему совершенствованию порядка осуществления сделок в электронной коммерции».

18 января 2022 года принят Закон Республики Узбекистан «О внесении дополнений и изменений в Закон Республики Узбекистан «О защите прав потребителей», предусматривающий защиту прав потребителей в сфере торговли с использованием информационных систем.

Помимо этого, в настоящее время Агентством по защите прав потребителей при Антимонопольном комитете Республики Узбекистан (далее – Агентство) рассматривается вопрос по разработке нового проекта Закона Республики Узбекистан «Об электронной коммерции», в котором будет предусматриваться совершенствование системы защиты прав потребителей в сфере интернет-торговли с опорой на международный опыт государств-участников СНГ и других развитых в данной сфере стран.

В соответствии со статьями 23 и 25 Закона № 221-I Агентство является специально уполномоченным государственным органом по защите прав потребителей, которое в пределах своих полномочий осуществляет государственный контроль за соблюдением законодательства о защите прав потребителей, а также оказывает содействие в организации досудебного урегулирования вопросов, связанных с нарушением их прав.

Агентство рассматривает заявления и обращения граждан в области защиты прав потребителей, в том числе при совершении ими покупок в интернет-магазинах.

Согласно статье 28-1 Закона № 221-I товары (работы, услуги) могут быть реализованы с использованием информационных систем по образцу и (или) их описанию.

При реализации товаров (работ, услуг), осуществляемой в соответствии с договором, заключаемым с использованием информационных систем, продавец (изготовитель, исполнитель) до заключения договора должен предоставить потребителю следующую информацию на государственном или ином языке по соглашению сторон:

наименование продавца (исполнителя), его адрес и порядок приема жалоб;

полное наименование и местонахождение (юридический адрес) изготовителя (исполнителя, продавца), а для импортируемых товаров – наименование и местонахождение (юридический адрес) изготовителя и импортера;

основные потребительские и специфические свойства товаров (работ, услуг);

QR-код (матричный штрих-код) лицензий и документов разрешительного характера;

цена товаров (работ, услуг), цена поставки и условия оплаты;

гарантийные обязательства изготовителя (исполнителя), условия ремонта товара, а также услуги, связанные с его хранением;

другие условия исполнения договора;

минимальный срок действия договора, если предусмотрена периодическая поставка товаров, оказание услуг или выполнение работ;

срок приема предложений для заключения соответствующего договора;

порядок расторжения договора.

При расторжении договора, заключенного с использованием информационных систем, продавец (исполнитель) должен сообщить потребителю о месте, где будет осуществлен возврат товара.

При реализации товара по образцу и (или) его описанию продавец (исполнитель) обязан предоставить товар, который соответствует образцу и (или) описанию, а также дать возможность потребителю проверить при принятии товара его комплектность, пригодность и полную сохранность потребительских свойств. Если товар не соответствует образцу и (или) описанию, продавец (исполнитель) должен уведомить об этом потребителя заранее. В случаях, когда товар не соответствует образцу и (или) описанию, потребитель имеет право потребовать его замены или возврата денежной суммы.

Все расходы, связанные с возвратом товара, несет продавец (исполнитель).

Уменьшение стоимости товара из-за повреждений, причиненных не по вине потребителя, а также из-за осмотра товара и вскрытия упаковки в целях его проверки, не лишает потребителя права на расторжение договора.

В случае если после расторжения договора продавцом не возвращается потребителю уплаченная им денежная сумма в течение установленного договором срока, то продавец уплачивает потребителю неустойку (пеню) в размере одного процента от денежной суммы, подлежащей возврату, за каждый день просрочки свыше сроков, установленных договором. При этом размер неустойки (пени) не может превышать денежную сумму, подлежащую возврату. Уплата неустойки (пени) не освобождает продавца от обязательств, возникающих в связи с расторжением договора.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Быстрое развитие цифровых технологий открывает новые возможности для потребителей и позволяет получить доступ к новым услугам. Все большее число покупателей имеют выход в Интернет и участвуют в электронной торговле, которая предоставляет более легкий и быстрый доступ к товарам и услугам. Вместе с тем это создает для потребителей и определенные проблемы, отличные от тех, с которыми они сталкиваются при совершении обычных торговых операций. Такие проблемы требуют адаптации существующих нормативно-правовых инструментов к специфическим потребностям электронной торговли.

Крайне важное значение имеет наличие соответствующего законодательства, касающегося электронных сделок, защиты прав потребителей, личных данных и информации, что необходимо для повышения доверия потребителей к электронной торговле. Эффективная правоприменительная практика является одним из ключевых элементов в деле защиты потребителей от вредной и недобросовестной коммерции на цифровом рынке.

Анализ национального законодательства государств – участников СНГ показал, что во многих государствах существуют правовые рамки, регулирующие вопросы защиты прав потребителей в электронной торговле, виды и сфера охвата законодательства в этой области значительно варьируются по странам.

В правоприменительной практике потребители государств – участников СНГ сталкиваются с объективными проблемами:

- трудность установления личности и местонахождения онлайн-продавца товаров;

- вводящая в заблуждение информация о фактической и общей цене, свойствах товаров;

- использование агрессивных методов маркетинга, намеренного создания путаницы в отношении торговых наименований и торговых марок конкурентов, а также обманного представления себя в качестве потребителей и размещения отзывов от их имени;

- несанкционированный доступ к данным потребителей без их ведома и согласия;

- проблемные аспекты, связанные с возвратом некачественных товаров, возвратом продавцом денежных средств за возвращенный потребителем товар (качественный или некачественный).

В целях повышения уровня защищенности потребителей в электронной торговле совершенствование национального законодательства, а также формирование правоприменительной практики государств – участников СНГ должны основываться на следующих принципах:

создание прочной нормативно-правовой и институциональной базы, регулирующей электронную торговлю и процедуры получения правовой защиты;

адаптация существующей системы регулирования к специфическим требованиям электронной торговли;

обеспечение эффективного применения соответствующего законодательства;

обеспечение защиты потребителей в сфере электронной торговли на уровне не ниже того, который обеспечивается применительно к другим формам торговли;

наличие требования о полном раскрытии всей необходимой информации, имеющей отношение к соответствующим коммерческим предприятиям, товарам, услугам и операциям;

обеспечение надежности и безопасности электронных платежей, независимо от метода платежа, защита личных данных и информации потребителей;

предотвращение неправомерного использования личных данных потребителей;

гарантии подлинности публикуемых в Интернете отзывов и рейтингов;

предоставление потребителям доступа к эффективным механизмам урегулирования споров и получения возмещения;

работа по просвещению потребителей и расширение их прав и возможностей;

обеспечение доставки товаров и послепродажного обслуживания;

повышение качества клиентской поддержки в целях полного удовлетворения запросов на послепродажном этапе обслуживания;

обеспечение международного сотрудничества в целях борьбы с недобросовестной коммерческой практикой и преодоления правовых ограничений, не позволяющих властям принимать защитные меры в случае нарушения прав потребителей в ходе совершения трансграничных торговых операций.

С учетом изложенных проблем, их актуальности и необходимости их решения в контексте стремительного развития интернет-технологий рекомендуется продолжить работу Консультативного совета в направлении защиты прав потребителей в электронной торговле, обратив особое внимание на необходимость комплексного решения названных проблем на межгосударственном уровне, на выработку общих подходов в вопросах совершенствования законодательства и правоприменительной практики в сфере электронной торговли; организацию сотрудничества государственных структур и бизнеса; выработку рекомендаций по вопросам защиты прав потребителей в электронной торговле в условиях цифровой экономики.