

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Ражабова Хулкар Тошмановна

**Специалист Управления по международному сотрудничеству Ташкентского
государственного юридического университета**

Независимый соискатель в области 12.00.03 – Гражданское право.

Предпринимательское право. Семейное право. Международное частное право.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.19081414>

Аннотация: Защита прав потребителей в сфере В2С (бизнес для потребителей) в электронной коммерции сталкивается с многочисленными серьезными угрозами, такими как нарушение конфиденциальности, нарушение прав интеллектуальной собственности, онлайн-пиратство, нежелательная коммерческая электронная реклама и спам, ограничения свободы слова и цензура, а также другие мошеннические действия. Несмотря на существование множества преимуществ электронной коммерции, таких как лёгкий доступ к виртуальному глобальному рынку, сокращение затрат на дистрибуцию, экономия времени, установление более прочных отношений с потребителями, правовые и вопросы безопасности остаются серьёзной угрозой на цифровом рынке. Поэтому для правильного функционирования электронной коммерции безопасность потребителей и продавцов имеет первостепенное значение.

Ключевые слова: электронная коммерция, защита прав потребителей, цифровой рынок, безопасность.

1. ВВЕДЕНИЕ

Электронная коммерция — это процесс, позволяющий людям покупать и продавать товары, переводить средства и получать услуги онлайн с использованием интернета, где продавцы и потребители связаны глобально. Этот быстрый коммерческий рост на глобальном цифровом рынке, хотя и заслуживает похвалы, имеет также и опасную сторону, где защита прав потребителей является конечной целью законов о цифровых потребителях.

Поведение цифровых потребителей представляет собой концептуальный анализ коммерческих транзакций между онлайн-потребителями и онлайн-продавцами. Возможность совершать покупки из любого места в любое время заметно стимулировала рост электронной коммерции, но одновременно дала возможность онлайн-продавцам использовать вводящую в заблуждение рекламу, подвергаясь критике за мошенническое поведение в киберпространстве.

Несколько теорий о цифровых потребителях подчеркивают важность понимания потребителем характеристик покупаемого товара и содержания рекламы. Эти онлайн-рекламные практики, используемые онлайн-продавцами, часто оказываются ложными и выходят за рамки моральных и этических норм коммерции.

Поэтому исследователь попытался выявить достоверность проблем, связанных с электронной коммерцией, и доступные варианты защиты для онлайн-потребителей в глобальном контексте.

2. ПРАВОВАЯ ОСНОВА ЗАЩИТЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ГЛОБАЛЬНОМ ПЕРСПЕКТИВЕ

Поскольку онлайн-потребители часто игнорируют условия «opt-in» и «opt-out», целостность и безопасность данных клиентов подвергаются серьёзной угрозе.

Хотя сайты онлайн-аукционов предпринимают шаги для проверки идентичности покупателей и продавцов, эти меры не являются полностью надёжными. Фальшивый сайт для фиктивного бизнеса можно создать очень быстро, и обычно предоставляется мало контактной информации — например, только бесплатный или веб-адрес электронной почты. Онлайн-мошенничество широко распространено и успешно практикуется из-за отсутствия реальной ответственности за онлайн-транзакции [1].

В некоторых случаях личные данные, такие как банковские реквизиты, могут быть получены даже при минимальном взломе незащищённых сайтов. Как только хакер получает достаточно информации для имитации онлайн-личности человека, возможны всевозможные виды онлайн-мошенничества.

Ещё одной серьёзной проблемой является оставление товаров в корзине без завершения покупки. Даже опытный онлайн-продавец не всегда может предотвратить это. Когда потенциальный покупатель начинает процесс покупки, но не завершает его, это приводит к значительным убыткам для продавца.

Онлайн-покупатели и продавцы со всего мира легко связываются через трансграничную электронную коммерцию, и поэтому трансграничные онлайн-потребители сталкиваются с такими проблемами:

- a. Работа с незнакомыми брендами на неизвестном языке.
- b. Неуверенность в том, что товар будет доставлен как описано или заказан.
- c. Скрытые расходы, включая таможенные пошлины, конвертацию валют, доставку.
- d. Адаптация продуктов к местным стандартам.
- e. Недостаток ясности относительно защиты, предоставляемой юрисдикцией продавца, доступных способов возмещения при спорах и исполнения решений в интересах потребителя [3].

Важно различать понятия «восстановление прав цифрового потребителя» и «защита цифрового потребителя».

Восстановление прав — это механизм, предоставляемый законом, с помощью которого пострадавший цифровой потребитель может требовать возмещения от продавца за недоставку, неправильную доставку товара или мошенническое поведение. Восстановление прав — это основная задача, в отличие от более широкого понятия защиты цифрового потребителя.

Защита цифрового потребителя — более широкое понятие, включающее регулирование этапа заключения сделки, условий контракта и доступ к правосудию. В этом смысле восстановление прав — это опция для решения проблем потребителей, а защита является предварительным шагом, тесно связанным с восстановлением прав. Например, если защита обеспечивается единообразными и подразумеваемыми условиями, количество споров снижается и их разрешение становится менее затратным.

Эффективность законодательных мер и механизмов восстановления прав для обманутых онлайн-потребителей имеет ключевое значение. Разные страны имеют собственную правовую основу для электронной коммерции и принимают регуляторные акты, которые различаются. Например, Эль-Сальвадор, Мексика и Перу полагаются на

общие нормы гражданского права для регулирования электронной коммерции, в то время как Чили, Колумбия, Франция, Россия и США имеют отдельные положения в законах о защите потребителей, касающиеся электронной коммерции.

Рекомендации Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) устанавливают основные характеристики эффективного функционирования электронной коммерции и защиты онлайн-потребителей. Они включают положения о рисках для конфиденциальности и безопасности, защите платежей и безопасности товаров [2].

Пересмотренные рекомендации ОЭСР касаются защиты конфиденциальности и трансграничного перемещения персональных данных и включают базовые принципы: ограничение сбора данных, качество данных, определение цели, меры безопасности, участие индивидов, подотчётность, реализация и совместимость систем.

Эффективность электронной коммерции играет ключевую роль в устойчивом экономическом росте, повышении общественного благосостояния и укреплении социальной сплочённости. Быстрый рост электронной коммерции помогает развивающимся странам достигать важные экономические цели, такие как сокращение бедности и развитие образования.

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Электронная коммерция, открывая доступ к глобальному рынку и создавая новые возможности для бизнеса и потребителей, одновременно сталкивается с рядом серьёзных правовых, этических и технических проблем. Основными угрозами для онлайн-потребителей являются нарушение конфиденциальности, кража личных данных, мошенничество, вводящая в заблуждение реклама, фишинг и проблемы трансграничной торговли.

Важным аспектом является различие между восстановлением прав цифрового потребителя и его защитой. Восстановление прав обеспечивает возможность получения возмещения за недоставку, неправильную доставку или мошенническое поведение продавца, тогда как защита потребителя носит превентивный характер, регулируя этапы заключения сделки, условия контрактов и доступ к правосудию. Эффективная комбинация этих механизмов позволяет снизить количество споров, повысить доверие к цифровым платформам и укрепить правовую основу электронной коммерции.

На глобальном уровне государства разрабатывают различные правовые рамки для регулирования электронной коммерции. Рекомендации международных организаций, таких как ОЭСР, WIPO и ВТО, способствуют гармонизации норм, обеспечению защиты персональных данных, безопасности платежей и качеству товаров, а также поддерживают равные условия для участников цифрового рынка.

В заключение устойчивое развитие электронной коммерции невозможно без комплексного подхода к защите прав потребителей: сочетания национального законодательства, международного сотрудничества, внедрения стандартов безопасности и повышения цифровой грамотности пользователей. Только при соблюдении этих условий цифровой рынок сможет стать безопасной, прозрачной и справедливой средой для всех участников, способствуя экономическому росту, социальной сплочённости и глобальному развитию.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Laudon K. C., Traver C. E-Commerce 2020: Business, Technology, Society. 16th Edition. Pearson, 2020.
2. OECD. OECD Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data. Paris: OECD, 2013.
3. Reynolds J. The Complete E-Commerce Book. 2nd Edition. Burlington: Elsevier, 2010.