

© Анастасия Николаевна Орлова

кандидат юридических наук,
доцент кафедры юриспруденции
Муромского института (филиала)
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный
университет имени Александра Григорьевича
и Николая Григорьевича Столетовых»,
г. Муром
E-mail: hactia1988@mail.ru

Orlova Anastasia Nikolaevna

Candidate of Law, Associate Professor of
the Department of Jurisprudence of the
Murom Institute (branch)
of Vladimir State University named after
Alexander Grigoryevich and Nikolai
Grigoryevich Stoletov,
Murom

© Кристина Олеговна Рябова

студент гуманитарного факультета
Муромского института (филиала)
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный
университет имени Александра Григорьевича
и Николая Григорьевича Столетовых»,
г. Муром
E-mail: christina.riyabova@mail.ru

Ryabova Kristina Olegovna

student of the Faculty of Humanities
of the Murom Institute (branch)
of Vladimir State University named after
Alexander Grigoryevich and Nikolai
Grigoryevich Stoletov,
Murom

**ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
В ЭПОХУ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Consumer protection in the era of e-commerce: problems and prospects

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема защиты прав потребителей в условиях активного развития электронной коммерции и роста числа онлайн-покупок. Автор анализирует основные вызовы и угрозы, с которыми сталкиваются потребители в цифровой среде, а также предлагают подходы и механизмы для обеспечения их прав и защиты интересов. Особое внимание уделяется вопросам безопасности финансовых транзакций, конфиденциальности личных данных и ответственности продавцов за качество товаров и услуг, предоставляемых через интернет.

Annotation. This article discusses the problem of consumer protection in the context of the active development of e-commerce and the growing number of online purchases. The author analyzes the main challenges and threats faced by consumers in the digital environment, as well as propose approaches and mechanisms to ensure their rights and protect their interests. Particular attention is paid to the security of financial transactions, the confidentiality of personal data and the responsibility of sellers for the quality of goods and services provided via the Internet.

Ключевые слова: защита прав потребителей, электронная коммерция, онлайн-покупки, потребители, права потребителей, безопасность финансовых

транзакций, конфиденциальность личных данных, ответственность продавцов, качество товаров и услуг.

Keywords: consumer protection, e-commerce, online shopping, consumers, consumer rights, security of financial transactions, confidentiality of personal data, responsibility of sellers, quality of goods and services.

В современном мире электронная коммерция становится все более важной частью экономики и общественной жизни. Она предоставляет потребителям возможность приобретать товары и услуги онлайн, что значительно упрощает процесс покупки и экономит время. Однако вместе с преимуществами электронной коммерции возникают и новые вызовы, связанные с защитой прав потребителей. Данная статья посвящена анализу проблем и перспектив защиты прав потребителей в эпоху электронной коммерции.

Защита прав потребителей является одной из ключевых задач государства и общества. Она включает в себя обеспечение прав и свобод потребителей в процессе покупки и использования товаров и услуг, а также предоставление механизмов для разрешения возникающих споров и конфликтов. В условиях электронной коммерции защита прав потребителей становится еще более сложной задачей, так как она требует учета специфики онлайн-торговли и применения новых технологий.

В данной статье будут рассмотрены основные проблемы, с которыми сталкиваются потребители в эпоху электронной коммерции, а также перспективы развития законодательства и механизмов защиты их прав. Особое внимание будет уделено вопросам безопасности онлайн-платежей, конфиденциальности данных, ответственности продавцов за качество товаров и услуг и механизмам разрешения споров.

Целью исследования является анализ существующих проблем и определение направлений для дальнейшего совершенствования механизмов защиты прав потребителей в условиях электронной коммерции.

Как было отмечено ранее, возникает ряд проблем, ключевой из которых является безопасность онлайн-платежей при покупке товаров в интернет-магазинах. В эпоху электронной коммерции потребители все чаще используют онлайн-платежи, однако это может привести к риску кражи личных данных и мошенничеству с банковскими картами.

Как было отмечено в научной работе О. М. Корабейниковой «Платежные технологии в среде интернет», онлайн-платежи имеют ряд недостатков, которые важно учитывать при их использовании, но это не означает, что они небезопасны или непрактичны, наоборот, финансовые технологии электронной коммерции устойчиво развиваются [1].

Одним из главных рисков в электронной коммерции является также возможность несанкционированных транзакций и кражи платежных данных. Для защиты от этой проблемы онлайн-магазины должны использовать безопасные платежные шлюзы, использующие шифрование и протоколы безопасности, такие как SSL (Secure Sockets Layer) или TLS (Transport Layer

Security). Кроме того, важно, чтобы магазины имели политику нераскрытия платежных данных и поддерживали стандарты безопасности платежных карт, такие как PCI DSS (платежная индустрия данных безопасности).

Для того чтобы решить данную проблему, достаточно придерживаться простых правил. Во-первых, стоит использовать безопасные платежные системы. При совершении онлайн-покупок предпочтительнее использовать известные и надежные платежные системы, такие как PayPal, Google Pay, Apple Pay или СБП. Эти системы обеспечивают дополнительные уровни защиты, такие как шифрование данных и мониторинг подозрительной активности. Во-вторых, необходимо проверять безопасность сайта. Перед вводом данных карты нужно убедиться, что сайт, на котором совершается покупка, безопасен. В-третьих, стоит использовать виртуальные карты или одноразовые номера. Некоторые банки предлагают своим клиентам возможность создания виртуальных карт или предоставления одноразовых номеров карты для каждой онлайн-транзакции. Это позволяет предотвратить кражу данных карты, поскольку каждый раз генерируется новый номер, который нельзя повторно использовать [2].

Второй проблемой является защита данных и их конфиденциальность. Проблема защиты данных и конфиденциальности в интернет-магазинах является серьезной и требует особого внимания. Покупки в электронной коммерции требуют от потребителей предоставлять свои персональные данные, такие как адрес доставки, данные платежных карт и другую конфиденциальную информацию. Защита этих данных является важным аспектом прав потребителей в электронной коммерции. Владельцы онлайн-магазинов должны принимать меры для обеспечения безопасной передачи и хранения такой информации.

Меры по защите данных и конфиденциальности должны предпринимать интернет-магазины. Во-первых, это шифрование данных. Интернет-магазины должны использовать шифрование данных для защиты личной информации пользователей. Шифрование преобразует данные в зашифрованный формат, чтобы они не могли быть прочитаны или изменены злоумышленниками, в случае, если данные попадут в неправильные руки [3]. Во-вторых, соблюдение стандартов безопасности. Интернет-магазины должны соблюдать стандарты безопасности, такие как Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS), который устанавливает требования к обработке, хранению и передаче данных карт. Это включает в себя защиту сети, регулярные аудиты и обновления систем безопасности. В-третьих, двухфакторная аутентификация. Реализация двухфакторной аутентификации может быть полезной для повышения безопасности входа в аккаунт пользователей. Это требует от пользователей предоставить два или более фактора идентификации, таких как пароль и код, полученный по СМС. В-четвертых, контроль и мониторинг. Интернет-магазины должны активно контролировать и проверять свои системы для обнаружения подозрительной активности или нарушений безопасности. Регулярные аудиты, мониторинг журналов и использование системы обнаружения вторжений могут помочь во вневременном обнаружении и предотвращении нарушений безопасности. В-пятых, что является самым важным пунктом, политика

конфиденциальности. Интернет-магазины должны иметь четкую политику конфиденциальности, в которой указывается, как они собирают, используют и защищают личную информацию пользователя. Эта политика должна быть доступна и понятна для всех пользователей.

Так, у маркетплейса Ozon в разделе «Условия обработки персональных данных» имеется два документа: «Политика конфиденциальности персональной информации/Privacy Policy» и «Политика обработки персональных данных». С этими документами пользователи могут ознакомиться, поскольку документы находятся в открытом доступе. У другого маркетплейса – Wildberries – на сайте в свободном доступе документа об обработке персональных данных не имеется. Для того чтобы ознакомиться с данным документом, пользователю необходимо будет искать его в сети «Интернет», а найти его можно будет под названием «Политика ООО "Вайлдберриз" в отношении организации обработки и обеспечения безопасности персональных данных» [4].

На примере двух крупнейших маркетплейсов можно увидеть, насколько доступной и прозрачной будет политика конфиденциальности и обработки персональных данных, а также выявить нарушения и недостатки в данной сфере.

Не стоит забывать о том, что большинство транзакций в электронной коммерции происходит посредством оплаты онлайн-товаров в интернет-магазинах (маркетплейсах), которые являются одними из самых успешных сегментов рынка [5]. Поэтому не стоит забывать и о том, что от защиты и прозрачности политики конфиденциальности и обработки персональных данных покупателей зависит доступность взлома и кражи данных.

Следующей проблемой будет являться право на возврат товара и средств, что является важным аспектом защиты прав потребителей в эпоху электронной коммерции. Потребитель должен иметь возможность вернуть товары или отказаться от услуги в случае недовольства или несоответствия товара описанию. Однако процедуры возврата и возврата средств не всегда просты и прозрачны, что может создавать проблемы и неудобства для потребителей. Необходимы более четкие и удобные правила и процедуры, регулирующие возврат и возврат средств.

Для того чтобы избежать недопониманий в данной сфере, стоит также изучить ряд документов, регламентирующих данную сферу. Во-первых, следует ознакомиться с политикой возврата и условиями продавца. Перед покупкой внимательно стоит изучить политику возврата и условия продавца. Во-вторых, следует сохранять доказательства. Сохранять нужно все доказательства покупки и возврата, включая идентификационные номера заказов, чеки, электронные письма и прочие документы. Это поможет покупателю иметь доказательства в случае необходимости обращения в спорных случаях.

Для примера вновь будут взяты такие маркетплейсы, как Ozon и Wildberries. У первого маркетплейса имеется целый информационный блок, посвященный возврату и отменам, который так и называется: «Возвраты и отмены». В этом блоке достаточно прозрачно описаны все процедуры, которые необходимо будет пройти, чтобы вернуть товар или средства за него. На

маркетплейсе Wildberries также существует два блока касательно данных вопросов. Первый блок – «Возврат товара», второй – «Возврат денежных средств». Там также довольно подробно расписаны правила возврата товара или средств. Но, к сожалению, не все покупатели имеют возможность или желание изучать данные разделы, из-за чего в дальнейшем возникают недопонимания между операторами пунктов выдачи и покупателями. Также остается спорным вопрос о внесении изменений в данные документы, поскольку покупатели не оповещаются о данных изменениях, а следить за правилами на регулярной основе проблематично [6].

Для защиты прав потребителей при покупке в интернет-магазинах существует несколько документов, которые регулируют эту сферу и с которыми покупателю стоит ознакомиться. Вот некоторые из них.

1. Закон о защите прав потребителей. Каждая страна имеет свой закон о защите прав потребителей, который устанавливает основные права и обязанности потребителей при совершении покупок. Этот закон может содержать положения о праве на возврат товара, об обязанности продавцов, о сроках и процедурах возврата средств и т.д. Это важный документ, на который следует обратить внимание при возникновении проблем с покупкой в интернет-магазине. В Российской Федерации данным законом является Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».

2. Политика возврата магазина. Каждый интернет-магазин обычно имеет свою политику возврата товаров, которая устанавливает правила и сроки возврата, а также требования к состоянию товара при возврате. Это документ, который покупатель соглашается соблюдать при совершении покупки в данном магазине. Поэтому важно изучить политику возврата перед покупкой.

3. Условия использования платежных систем. Если покупателем была использована платежная система, такая как PayPal или кредитная карта, важно ознакомиться с их условиями использования. Эти условия могут содержать положения о защите потребителей, возможности оспаривания платежей и возврата средств в случае проблем с покупкой.

4. Пользовательское соглашение интернет-магазина или маркетплейса. При регистрации и использовании интернет-магазина или маркетплейса покупатель обычно соглашается с их пользовательским соглашением. Этот документ устанавливает правила использования платформы, включая права и обязанности покупателей.

Это лишь некоторые из документов, которые могут существовать для защиты прав потребителей в интернет-магазинах. Важно ознакомиться с ними перед совершением покупки и обращаться к ним в случае возникновения проблем.

В заключение можно сказать, что защита прав потребителей в эпоху электронной коммерции является актуальной и сложной задачей. С развитием электронной коммерции возникает множество новых вызовов и проблем, связанных с безопасностью онлайн-платежей, конфиденциальностью данных, ответственностью продавцов за качество товаров и услуг, а также механизмами

разрешения споров. Для решения этих проблем необходимо разрабатывать новые законы и нормативные акты, совершенствовать существующие механизмы защиты прав потребителей и создавать эффективные способы разрешения конфликтов. Кроме того, необходимо уделять внимание просвещению потребителей об их правах и возможностях их защиты в условиях электронной коммерции.

Эпоха электронной коммерции открыла новые возможности для покупателей со всего мира, но при этом возникли и новые проблемы в сфере защиты прав потребителей. В ходе исследования мы обратили внимание на некоторые из этих проблем, с которыми сталкиваются покупатели при покупке в интернет-магазинах.

Однако, несмотря на существующие проблемы, существуют и перспективы для улучшения ситуации. Законодательство о защите прав потребителей активно развивается и адаптируется к новым вызовам электронной коммерции. Важно ознакомиться с законодательством и политикой возврата перед совершением покупки, а также быть готовыми действовать и защищать свои права.

Технологии также играют важную роль в решении проблем защиты прав потребителей. Инновации в области платежных систем, систем обратной связи и обработки жалоб помогают повышать качество обслуживания и улучшать процессы возврата и возмещения средств.

В целом, защита прав потребителей в эпоху электронной коммерции остается актуальной и важной проблемой. Однако, с учетом сознательного подхода потребителей, разработки надежной законодательной базы и внедрения инновационных технологий, можно ожидать улучшения ситуации и создания более безопасной и удовлетворительной среды для онлайн-покупок.

Список литературы

1. Коробейникова О. М. Платежные технологии в среде интернет // Финансы и кредит. – 2012. – № 47 (527). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/platezhnye-tehnologii-v-srede-internet>.
2. Дышленко С. Г., Цветков В. Я. Виртуальная пространственная карта // Образовательные ресурсы и технологии. – 2016. – № 5 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnaya-prostranstvennaya-karta>.
3. Политика ООО «Вайлдберриз» в отношении организации обработки и обеспечения безопасности персональных данных. URL: <https://worksheet.wildberries.ru/doc/political-wildberries.pdf>.
4. Сурай Н. М., Теплая Н. А., Баскаков В. А., Бурланков П. С., Пислегина Н. В. Маркетплейсы как драйвер развития электронной коммерции // Инновации и инвестиции. – 2023. – № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketpleysy-kak-drayver-razvitiya-elektronnoy-kommertsii>.
5. Дмитриева Е. Г. Проблемы защиты персональных данных в цифровом мире и пути их решения // Право и бизнес. – 2021. – № 3. URL: <https://выборгский.78.мвд.пф/document/27480647>.