

РАЗЛИЧИЯ В НАЦИОНАЛЬНЫХ РЕЖИМАХ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРЕПЯТСТВУЮТ ЭФФЕКТИВНОМУ ФУНКЦИОНИРОВАНИЮ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Гуломов Жавохир Баходирович

студент мвгистратуры

Ташкентского государственного юридического университета

г. Ташкент Республика Узбекистан.

E-mail: lawyerjava@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.19946793>

Аннотация. В работе рассматривается проблема различий в национальных системах защиты прав потребителей в условиях трансграничной электронной коммерции.

Обосновывается, что правовая фрагментация снижает уровень доверия потребителей и создает дополнительные барьеры для бизнеса.

Особое внимание уделяется необходимости гармонизации международных стандартов, направленных на обеспечение единых гарантий защиты прав потребителей и повышение эффективности глобальной электронной торговли.

Ключевые слова: трансграничная электронная коммерция, защита прав потребителей, гармонизация права, международное регулирование, цифровая экономика, правовая фрагментация, электронные сделки, международная торговля.

Abstract. The paper examines the issue of differences in national consumer protection regimes in the context of cross-border e-commerce. It argues that legal fragmentation reduces consumer trust and creates additional barriers for businesses.

Particular attention is given to the need for harmonization of international standards aimed at ensuring uniform consumer protection guarantees and improving the efficiency of global electronic trade.

Keywords: cross-border e-commerce, consumer protection, legal harmonization, international regulation, digital economy, legal fragmentation, electronic transactions, international trade.

Annotatsiya. Mazkur ishda transchegaraviy elektron tijorat sharoitida iste'molchilar huquqlarini himoya qilishning milliy tizimlari o'rtasidagi farqlar muammosi ko'rib chiqiladi.

Huquqiy parchalanish iste'molchilar ishonchini pasaytirishi va biznes uchun qo'shimcha to'siqlar yaratishi asoslab beriladi.

Xalqaro standartlarni uyg'unlashtirish zarurati, iste'molchilar huquqlarini yagona kafolatlar asosida himoya qilish hamda global elektron tijorat samaradorligini oshirish nuqtayi nazaridan tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: transchegaraviy elektron tijorat, iste'molchilar huquqlarini himoya qilish, huquqni uyg'unlashtirish, xalqaro tartibga solish, raqamli iqtisodiyot, huquqiy parchalanish, elektron bitimlar, xalqaro savdo.

Введения

В условиях активной цифровизации мировой экономики трансграничная электронная коммерция становится одним из ключевых факторов развития международной торговли. Она способствует расширению рынков, снижению издержек и повышению доступности товаров и услуг.

Актуальность темы

Особую значимость приобретает проблема защиты прав потребителей в трансграничной электронной торговле. Несмотря на наличие национальных механизмов защиты (например, закреплённых в законодательстве Республики Узбекистан — право на информацию, безопасность товара, возмещение вреда и судебную защиту), их применение в международной среде затруднено.

Цель исследования

Целью исследования является анализ правовых проблем трансграничной электронной коммерции, выявление особенностей защиты прав потребителей в цифровой среде и обоснование необходимости гармонизации международных правовых норм.

Методологическая основа исследования

Методологическую основу исследования составляют общенаучные и специальные методы познания, включая: формально-юридический метод (при анализе национального законодательства и международных актов); логико-правовой метод (при формулировании выводов и предложений).

Основная (общая) часть

Развитие трансграничной электронной коммерции требует формирования единых правовых подходов. В настоящее время значительные различия в национальных системах регулирования создают барьеры для эффективного функционирования цифровых рынков.

Соглашение ASEAN по электронной коммерции демонстрирует стремление к унификации ключевых аспектов, включая:

- ✓ развитие безбумажной торговли и электронного документооборота;
- ✓ признание юридической силы электронных подписей;
- ✓ обеспечение защиты прав потребителей;
- ✓ содействие свободному трансграничному потоку данных.

Вместе с тем столь динамичное развитие трансграничной электронной коммерции опережает существующие правовые механизмы регулирования. В настоящее время правовое пространство характеризуется высокой степенью фрагментации: каждое государство формирует собственные подходы к регулированию электронной торговли, включая требования к заключению электронных договоров, признанию юридической силы электронных документов, порядку налогообложения цифровых услуг, а также защите прав потребителей и персональных данных.

Международные акты закрепляют базовые стандарты защиты потребителей в электронной среде. В частности, OECD Guidelines for Consumer Protection in E-commerce устанавливают принципы прозрачности, честности коммерческих практик, безопасности платежей и эффективного разрешения споров. Аналогично, United Nations Guidelines for Consumer Protection предусматривают право потребителей на получение достоверной информации, защиту от недобросовестных практик и доступ к механизмам компенсации ущерба.

На региональном уровне ASEAN Agreement on Electronic Commerce прямо закрепляет необходимость обеспечения сопоставимого уровня защиты потребителей в онлайн- и офлайн-торговле, а также подчеркивает важность международного сотрудничества уполномоченных органов.

Национальное законодательство в сфере электронной коммерции предусматривает комплексную систему защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) с использованием информационных систем. В частности, закрепляется обязанность продавца до заключения договора предоставлять потребителю полную и достоверную информацию, включая сведения о продавце, характеристиках товара, цене, условиях оплаты, гарантийных обязательствах, порядке расторжения договора и иных существенных условиях сделки.¹

Закон Республики Узбекистан, от 26.04.1996 г. № 221-І «О защите прав потребителей»

Законодательство также устанавливает дополнительные гарантии защиты потребителей, включая обязанность продавца нести расходы, связанные с возвратом товара, ответственность за просрочку возврата денежных средств в виде неустойки, а также недопустимость ухудшения положения потребителя в результате проверки товара или вскрытия упаковки. Важным элементом правовой защиты является судебный механизм, обеспечивающий право потребителя на обращение в суд по месту его жительства, месту нахождения ответчика либо месту причинения вреда, а также освобождение потребителей и уполномоченных организаций от уплаты государственной пошлины.²

Предложения

Разработать и внедрить унифицированные международные стандарты защиты прав потребителей в электронной коммерции. Обеспечить взаимное признание электронных подписей и систем электронной идентификации между государствами. Создать эффективные механизмы трансграничного разрешения споров (в том числе онлайн).

Гармонизировать требования к раскрытию информации о товарах и услугах в цифровой среде. Усилить международное сотрудничество в области защиты прав потребителей и обмена информацией. Разработать единые подходы к регулированию трансграничной передачи персональных данных.

Вывод

Таким образом, трансграничная электронная коммерция является важным элементом современной цифровой экономики, однако её эффективное развитие невозможно без устранения правовой фрагментации. Различия в национальных системах, особенно в сфере защиты прав потребителей, создают существенные барьеры для бизнеса и снижают уровень доверия потребителей.

Использованная литература:

1. Закон Республики Узбекистан, от 26.04.1996 г. № 221-І «О защите прав потребителей» URL: <https://lex.uz/ru/docs/14643#5962696>
2. Рузиназаров, Ш.Н. Право электронной коммерции [Текст]: учебник / Ш.Н.Рузиназаров. – Ташкент: Изд-во ТГЮУ, 2026. – 880 с 845-846 с

¹ A Vision for Cross- Border E- Commerce in ASEAN US-ASEAN Business Council. (n.d.). URL: https://amcham.com.my/wp-content/uploads/usabc_e-commerce_study_summary.pdf

² Закон Республики Узбекистан, от 26.04.1996 г. № 221-І «О защите прав потребителей» URL: <https://lex.uz/ru/docs/14643#5962696>

3. A Vision for Cross- Border E- Commerce in ASEAN US-ASEAN Business Council. (n.d.). https://amcham.com.my/wp-content/uploads/usabc_e-commerce_study_summary.pdf
4. Recommendation of the Council on Consumer Protection in E-commerce [URL:https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2016/05/oecd-recommendation-of-the-council-on-consumer-protection-in-e-commerce_g1g66e4e/9789264255258-en.pdf](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2016/05/oecd-recommendation-of-the-council-on-consumer-protection-in-e-commerce_g1g66e4e/9789264255258-en.pdf)
5. Harland, D. (1987). The United Nations guidelines for consumer protection. Journal of Consumer Policy, 10(3), 245–266. url: <https://doi.org/10.1007/bf00411533>