

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ И ЦИФРОВЫХ ДОГОВОРОВ:
СРАВНИТЕЛЬНО-ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКИ**

Файзиев Фарход Фуркат угли

Самостоятельный соискатель

Университета общественной безопасности

Республики Узбекистан

email: fayziev2018@mail.ru

Аннотация

в статье проводится комплексный сравнительно-правовой анализ регулирования электронной коммерции и цифровых договоров в условиях цифровизации экономики. Рассматриваются особенности налогообложения интернет-транзакций, включая концепцию «налога на биты», а также подходы к саморегулированию цифровой среды. Особое внимание уделяется правовым моделям России, США, Великобритании, Китая, Германии, Казахстана и Сингапура, включая вопросы заключения договоров в электронной форме, защиты прав потребителей и обработки персональных данных. Анализируется взаимодействие норм, регулирующих дистанционную торговлю, справедливость договорных условий и защиту конфиденциальности. Делается вывод о формировании комплексных правовых механизмов, направленных на обеспечение баланса интересов участников электронной коммерции.

Ключевые слова: электронная коммерция, цифровые договоры, дистанционная торговля, оферта и акцепт, защита прав потребителей, персональные данные, сравнительно-правовой анализ, цифровая экономика, налогообложение интернет-транзакций

Introduction

**ELEKTRON TIJORAT VA RAQAMLI SHARTNOMALARNI HUQUQIY TARTIBGA SOLISH: XALQARO
TAJRIBANING QIYOSIY-HUQUQIY TAHLILI**

Fayziyev Farhod Furqat ug'li

Mustaqil izlanuvchi

O'zbekiston Respublikasi

Jamoat xavfsizligi universiteti

Elektron pochta: fayziev2018@mail.ru

Annotatsiya

maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida elektron tijorat va raqamli shartnomalarni tartibga solishning qiyosiy-huquqiy tahlili amalga oshiriladi. Internet orqali amalga oshiriladigan tranzaksiyalarni soliqqa tortish masalalari, jumladan "bit solig'i" konsepsiyasi ko'rib chiqiladi. Shuningdek, raqamli muhitda o'zini o'zi tartibga solish yondashuvlari tahlil qilinadi. Rossiya, AQSh, Buyuk Britaniya, Xitoy, Germaniya, Qozog'iston va Singapur tajribasi asosida elektron shaklda shartnomalar tuzish, iste'molchilar huquqlarini himoya qilish va shaxsiy ma'lumotlarni qayta ishlash masalalari o'rganiladi. Muallif elektron tijoratni tartibga soluvchi normativ hujjatlarning o'zaro bog'liqligini ochib beradi hamda kompleks huquqiy mexanizmlarning shakllanishini asoslaydi.

Kalit so'zlar: elektron tijorat, raqamli shartnomalar, masofaviy savdo, oferta va aksept, iste'molchilar huquqlarini himoya qilish, shaxsiy ma'lumotlar, qiyosiy-huquqiy tahlil, raqamli iqtisodiyot, internet tranzaksiyalarini soliqqa tortish

LEGAL REGULATION OF E-COMMERCE AND DIGITAL CONTRACTS: A COMPARATIVE LEGAL ANALYSIS OF INTERNATIONAL PRACTICES

Fayziev Farkhod Furkat ugli

Independent Researcher

University of Public

Security of the Republic of Uzbekistan

Email: fayziev2018@mail.ru

Abstract

This article provides a comprehensive comparative legal analysis of the regulation of e-commerce and digital contracts in the context of digital economic transformation. It examines taxation issues related to online transactions, including the concept of a "bit tax," as well as approaches to self-regulation in the digital environment. Particular attention is given to legal frameworks in Russia, the United States, the United Kingdom, China, Germany, Kazakhstan, and Singapore. The study addresses electronic contract formation, consumer protection, and personal data processing. It also analyzes the interaction between legal norms governing distance selling, fairness of contractual terms, and privacy protection, concluding that integrated legal mechanisms are emerging to balance the interests of participants in digital commerce.

Keywords: e-commerce, digital contracts, distance selling, offer and acceptance, consumer protection, personal data, comparative legal analysis, digital economy, taxation of online transactions

Бурное развитие информационных технологий привело к значительным изменениям в мировой экономике. Некоторые страны стали уделять проблеме налогообложения особое внимание, так как их источники налогообложения могут оказаться под угрозой. Сбор налогов с коммерческих операций, осуществляемых через интернет, может стать важной частью доходов государств¹. С увеличением объема транзакций, совершаемых в Интернете, наблюдается большой интерес со стороны предпринимателей и политиков. Например, группа экспертов из Европейского Союза (ЕС) предложила ввести «налог на биты», взимающий деньги за передаваемые данные независимо от предоставленной информации за «перекачиваемые биты» или не предоставления².

Для того, чтобы максимизировать преимущества использования Интернета в современной экономике, самые передовые игроки электронной коммерции, такие как США, Канада и Япония, работали вместе, чтобы создать глобальную основу для электронной коммерции³. Создание

¹Развитие электронной торговли в мировой экономике [Электронный ресурс] // Pandiaweb.ru. Социальная сеть. - Режим доступа: <http://www.pandia.ru/459201> . - Дата доступа: 12.11.2014.

²Дик В.В., Лужецкий М.Г., Родионов А.Э., Электронная коммерция. / Московская финансово-промышленная академия. – М., 2019. – С. 376.

³Электронная торговля в СНГ и восточноевропейских странах: Материалы VII междунар.науч.конф., 9 ноября 2020 г., Минск / Отв.ред. Б.Н. Паньшин. – Мн.: БГУ, 2020. С.275.

глобальной основы для электронной коммерции одинаково для всех стран, что означает взять на себя ведущую роль в развитии Интернета и электронной коммерции. По мнению вышеуказанных стран, система саморегулирования в этой сфере, такая как установление стандартов, защита информации и контроль контента, должна стать нормой⁴. Исключения могут быть сделаны в случаях, когда возникает необходимость осуществления государственных мероприятий и заключения международных договоров.

С развитием электронной коммерции во многих зарубежных странах были запущены государственные программы, приняты законопроекты по улучшению качества электронной коммерции. Например, в 2018 году Правительство РФ приняло госпрограмму «Цифровая экономика», согласно которой в 2018-2019 годах был реализован пакет из более пятидесяти законопроектов⁵. Программа была обновлена, чтобы к 2024 году сделать Интернет более удобным, защищая частные предприятия и государственные данные. Надзор за основной деятельностью хозяйства и др. Кроме того, разработан законопроект об электронной коммерции⁶, кроме того, внесены изменения в правила использования технических средств связи в электронной связи.

Дополнительно, в соответствии со статьёй 434.1 Гражданского кодекса Российской Федерации, допускается заключение договоров в электронной форме, в том числе посредством обмена электронными сообщениями, использования телекоммуникационных систем, включая электронную почту, мессенджеры и специализированные платформы электронной коммерции.

№	Государство	Законы и практики в сфере электронной коммерции
1.	Россия	Госпрограмма «Цифровая экономика» (2018), Закон «О защите прав потребителей» (ст. 26.1), ГК РФ (ст. 158, 433, 434, 493, 497), Правила дистанционной продажи (Постановление №2463 от 13.12.2020), судебная практика о моменте заключения договора, регламентация электронного обмена, подтверждение оферты.
2.	Великобритания	Закон «О защите прав потребителей» (дистанционная продажа) 2000 г., Директива ЕС 97/7/ЕС, Регламент «О защите персональных данных» 2003, Регламент «О несправедливых условиях» 1999, Регламент «Об электронной торговле» 2002; подробная информация о товаре, условиях доставки и возврата.
3.	США	Закон UETA (1999), E-Sign Act (2000), принципы электронной коммерции (1997): приоритет частной инициативы, минимальное вмешательство государства; юрисдикционные особенности; участие Федеральной торговой комиссии (FTC); различие по типу интерактивности сайтов.
4.	Китай	Закон об электронной коммерции (2019); обязательность госрегистрации продавцов (включая Wechat-продавцов); регулирование всех форм электронной торговли (B2B, B2C, C2C); предприниматели должны указывать сведения о регистрации и лицензии.
5.	Казахстан	Госпрограмма «Цифровой Казахстан», Концепция правовой политики 2021–2030 гг., Программа развития торговли 2020–2025 гг., Закон № 544 «О регулировании торговой деятельности» от 12.04.2004 (определяет электронную коммерцию как предпринимательскую деятельность с применением ИКТ).
6.	Германия (ФРГ)	Гражданский кодекс Германии (§312i, §312j, §119 BGB); различие между прямой и непрямой электронной торговлей; четкие правила об исправлении ошибок в онлайн-формах; обязанности по предоставлению информации.
7.	Сингапур	Закон о ценных бумагах и фьючерсах; надзор MAS (Валютное управление Сингапура); отсутствие единого закона об электронной торговле; правила определяются операторами торговых систем; высокая цифровизация и развитая логистика, популярность трансграничных онлайн-покупок.

⁴Электронная торговля в СНГ и восточноевропейских странах: Материалы VII междунар.науч.конф., 9 ноября 2021 г., Минск / Отв.ред. Б.Н. Паньшин. – Мн.: БГУ, 2021. С.275.

⁵Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса : учебное пособие / А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм, Т.М. Уляхин, А.В. Гуськов. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО "ТГТУ", 2019. С.88.

⁶Проект Федерального закона N 11081-3 "Об электронной торговле" (ред., внесенная в ФС РФ, текст по состоянию на 03 ноября 2022).

При этом такие формы фиксирования волеизъявления сторон могут признаваться надлежащими доказательствами, что также подтверждается разъяснениями, содержащимися в Постановлении Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 22 ноября 2022 года № 33. Гражданский кодекс Российской Федерации различает две стадии заключения договоров: оферту и акцепт⁷. Если рассматривать этот вопрос с теоретической точки зрения, то каждый договор проходит эти две стадии в процессе составления собственного проекта, который также может быть заключен в электронном сетевом пространстве. Следует отметить, что в отличие от традиционного процесса, нагруженного специфическими особенностями, процесс заключения договоров с использованием сети Интернет может быть модифицирован⁸.

В своей работе В.А. Канашевский рассматривает вопросы, связанные с договором коммерческой купли-продажи, в котором условия купли-продажи товаров, размещенные на сайте продавца, следует рассматривать как оферту к способу торгов, а не публичную оферту⁹. В данной статье также отмечается, что если размещенную на сайте продавца информацию о товарах или услугах можно расценивать как публичную оферту, вопрос может быть рассмотрен с другой стороны, что подтверждается нажатием кнопки «Согласен». кнопка нажата, тем самым отправляя принятие покупателем продавцу.

Рассмотрим, как дистанционные продажи регулируются на законодательном уровне в Великобритании. Известно, что в понятие электронной коммерции входит купля-продажа товаров, которая осуществляется с использованием сети Интернет, телефона, электронной почты и др. Эти средства связи все чаще используются в коммерческой деятельности, что требует полного регулирования. В соответствии с этим правилом, помимо общеустановленного торгового законодательства, способы дистанционной купли-продажи товаров подпадают под действие специального законодательства¹⁰.

Основным нормативным документом в сфере защиты прав потребителей в Великобритании являются так называемые 2000 правил защиты прав потребителей (дистанционная продажа). Он предусматривает, что все коммерческие предприятия, осуществляющие междугороднюю торговлю, должны строго соблюдать правила, изложенные в Законе ЦО защите прав потребителей» (дистанционная продажа) 2000 г.¹¹. В данном законе, потребителям предоставляется дополнительные права при осуществлении покупок товаров дистанционным методом, а также стоит отметить, что в нём содержится правила, которые позволяют применять на территории страны нормы Директивы ЕС 97/7/ЕС.

Кроме того, британское законодательство содержит и другие нормы в сфере защиты прав потребителей в сфере электронной коммерции:

- Положение «О защите персональных данных и электронных средствах связи (Директива ЕС)»

⁷Агамирова М.Е. Электронная коммерция в ЕС: новые формы регулирования вертикальных ограничивающих соглашений в сфере интернет-торговли // Современная конкуренция. 2012. № 2. – С. 60-68.

⁸Петровский С.В. Правовое регулирование оказания Интернет-услуг: дис. ... канд. юрид. наук. – М., 2020; Серго А. Интернет и право. – М., 2020. С.480.

⁹Канашевский В.А. Международные сделки: правовое регулирование. М., 2019. С. 56.

¹⁰Margarita Išoraitė, Neringa Miniotienė. Electronic Commerce: Theory and Practice // IJBE (Integrated Journal of Business and Economics) June 2018. 2(2):73. DOI: 10.33019/ijbe.v2i2.78.

¹¹Consumer Protection (Distance Selling) Regulations 2000. [Электронный ресурс]: – <https://www.legislation.gov.uk/ukxi/2000/2334/contents>

2003 года, Privacy and Electronic Communications Regulations (EC Directive) 2003;

• Положение «О недопущении несправедливых условий в потребительском договоре» 1999 года, the Unfair Terms in Consumer Contract Regulations 1999, если продавец использует договор купли-продажи со стандартными условиями;

• Положение «Об электронной торговле (Директива ЕС)» 2002 года, Electronic Commerce (EC Directive) Regulations 2002;

Указанные нормативные акты демонстрируют высокую степень взаимосвязанности и взаимодополняемости, формируя целостный правовой механизм регулирования электронной коммерции в интересах потребителей. Их системное действие проявляется в следующих аспектах:

Во-первых, Electronic Commerce (EC Directive) Regulations 2002 устанавливают основополагающие требования к электронной торговле, обязывая продавцов раскрывать потребителям ключевую информацию до момента заключения договора. К таковой информации относятся: наименование продавца, его регистрационные данные, контактные сведения, полное описание товаров или услуг, цена, условия доставки, а также механизм возврата. Кроме того, в соответствии с данным нормативным актом, продавец обязан обеспечить возможность исправления потребителем ошибок перед оформлением заказа, а также чётко обозначить момент заключения договора. Эти положения создают основу для формирования осознанного потребительского выбора и недопущения введения в заблуждение. Во-вторых, вышеуказанные требования о раскрытии информации органично дополняются положениями Unfair Terms in Consumer Contracts Regulations 1999, которые направлены на обеспечение справедливости содержания потребительского договора. Данный акт предусматривает, что любые положения стандартного договора, не согласованные индивидуально и создающие значительный дисбаланс в правах и обязанностях сторон в ущерб потребителю, считаются недействительными. Таким образом, даже если информация была формально раскрыта в соответствии с Electronic Commerce Regulations, её включение в договор не будет иметь юридической силы, если она нарушает принципы добросовестности и равенства сторон. Это обеспечивает не только формальную, но и материальную справедливость договорных условий в электронной среде.

В-третьих, Privacy and Electronic Communications (EC Directive) Regulations 2003 служат важным элементом правовой инфраструктуры, обеспечивая защиту прав потребителей в аспекте конфиденциальности и обработки персональных данных. В условиях электронной торговли, где сбор и анализ пользовательских данных является неотъемлемой частью коммерческой деятельности, данное положение играет ключевую роль. Оно обязывает онлайн-продавцов запрашивать явное согласие на использование файлов cookie и других средств отслеживания поведения потребителей, регламентирует порядок осуществления маркетинговых рассылок и вводит запрет на несанкционированную передачу информации третьим лицам. Это положение тем самым усиливает доверие потребителей к цифровой среде и содействует легитимности электронной коммерции.

Таким образом, взаимосвязь между этими тремя актами проявляется в их функциональном взаимодействии: Electronic Commerce Regulations обеспечивают открытость и предсказуемость коммерческих условий, Unfair Terms Regulations гарантируют справедливость содержания договора, а Privacy and Electronic Communications Regulations защищают фундаментальное право

на неприкосновенность частной жизни. В совокупности эти акты образуют сбалансированную правовую конструкцию, обеспечивающую высокий уровень правовой защищённости участников электронных сделок и способствующую формированию устойчивых и доверительных отношений между потребителями и продавцами в цифровом пространстве.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая и вторая).
2. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 22.11.2022 № 33.
3. Государственная программа Российской Федерации «Цифровая экономика» (2018).
4. Федеральный закон РФ «О защите прав потребителей».
5. Постановление Правительства РФ № 2463 от 13.12.2020 «Правила дистанционной продажи товаров».
6. Канашевский В.А. Договор международной купли-продажи товаров. – М.: Статут, 2020.
7. Electronic Commerce (EC Directive) Regulations 2002 (UK).
8. Unfair Terms in Consumer Contracts Regulations 1999 (UK).
9. Privacy and Electronic Communications (EC Directive) Regulations 2003 (UK).
10. Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council.
11. Uniform Electronic Transactions Act (UETA), 1999 (USA).
12. Electronic Signatures in Global and National Commerce Act (E-SIGN Act), 2000 (USA).
13. E-Commerce Law of the People's Republic of China (2019).
14. Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), Germany (§312i, §312j).
15. Закон Республики Казахстан № 544 «О регулировании торговой деятельности» от 12.04.2004.
16. Государственная программа «Цифровой Казахстан».
17. Monetary Authority of Singapore (MAS) regulatory framework.
18. OECD. Tax Challenges Arising from Digitalisation of the Economy. – Paris, 2020.