



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

USAID's FUTURE GROWTH INITIATIVE  
**КОДЕКС ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ В  
ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ.**

*Рекомендации для развития электронной  
коммерции в Центральной Азии*

Май 2021

Данная публикация подготовлена для рассмотрения Агентством США по международному развитию. Разработана Palladium International.

# USAID'S FUTURE GROWTH INITIATIVE

## КОДЕКС ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Дата представления: Май 2021

Номер контракта: 72011519F00008

Подготовлено для: Филипа Стояновича, Руководителя проекта;  
e-mail: [filip.stoyanovic@the.palladiumgroup.com](mailto:filip.stoyanovic@the.palladiumgroup.com)

Представлено: Антон Зиновьев, Зауре Абдираман - Компонент 3  
e-mail: [anton.zinovyev@yahoo.com](mailto:anton.zinovyev@yahoo.com)  
e-mail : [zaure.abdiraman@thepalladiumgroup.com](mailto:zaure.abdiraman@thepalladiumgroup.com)

Данная публикация стала возможной благодаря помощи американского народа, оказанной через Агентство США по международному развитию (USAID). Palladium International несет ответственность за содержание публикации, которое не обязательно отражает позицию USAID или Правительства США.

USAID является ведущим международным агентством развития и выступает катализатором достижения устойчивого развития. Деятельность USAID направлена на продвижение национальной безопасности США и экономического процветания, демонстрирует либеральность Америки, способствует достижению самообеспеченности и жизнестойкости стран-бенефициаров. Подробная информация на сайте <https://www.usaid.gov/central-asia-regional> и на странице в Фейсбуке: <https://www.facebook.com/USAIDCentralAsia>.

О проекте

Проект USAID по развитию предпринимательства и бизнес-среды (USAID's Future Growth Initiative, FGI) нацелен на рост экономической активности и повышение конкурентоспособности среди ведущих отраслей экономики промышленных компаний. Целевые секторы: Информационно-коммуникационные технологии, Легкая промышленность (Швейная и текстильная отрасли), Пищевая промышленность (по согласованию с USAID) и Туризм.

Проект будет способствовать трансформации рыночных отношений с тем, чтобы обеспечить рост компаний с высоким потенциалом, бизнес ассоциаций; укрепить их взаимодействие, улучшить навыки работников через обучение, в том числе для женщин и молодежи. Предприниматели смогут строить деловые отношения и создавать благоприятные условия для развития частного бизнеса. Проект также направлен на изменения законодательных и регуляторных норм, если они препятствуют росту компаний и создают барьеры для развития бизнеса.

Официальная страница в Фейсбуке: <https://www.facebook.com/FGICentralAsia/>

Период реализации проекта: Октябрь 2019- Сентябрь 2024

# КОДЕКС ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

## Рекомендации для развития электронной коммерции в Центральной Азии

### Оговорка

Настоящий Кодекс деловой этики /поведения (далее – «Кодекс») содержит свод рекомендуемых норм и правил для успешной организации электронной коммерции в Центральной Азии.

Настоящий Кодекс поведения соответствует международным принципам высокого уровня по защите прав потребителей, включая руководящие принципы защиты потребителей в контексте электронной коммерции стран ОЭСР.

Он не задуман как отдельный инструмент, но может быть дополнен более подробными обучающими и информационными материалами. По возможности можно добавить ссылки на конкретные правовые положения в государствах, относящиеся либо к общим законам о защите прав потребителей, либо к конкретным отраслевым законам.

Применение данного документа правительством отдельных стран Центральной Азии и адаптация/интегрирование его в национальное законодательство носит исключительно добровольный характер.

# КОДЕКС ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

## Содержание

<b>РАЗДЕЛ I – ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ .....</b>	<b>5</b>
Статья 1. Цели и принципы регулирования электронной коммерции .....	5
Статья 2. Сфера применения .....	5
Статья 3. Основные понятия .....	5
Статья 4. Основные принципы защиты прав потребителей .....	7
Статья 5. Добросовестная практика ведения бизнеса, рекламы и маркетинга .....	8
<b>РАЗДЕЛ II – ИНФОРМАЦИЯ.....</b>	<b>8</b>
Статья 6. Идентификационная информация.....	8
Статья 7. Оферта.....	9
Статья 8. Информация о товаре (работе, услуге) .....	10
Статья 9. Информация о заказе .....	10
Статья 10. Персональные данные .....	11
Статья 11. Иные требования в области информации .....	12
<b>РАЗДЕЛ III – УЧАСТНИКИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ .....</b>	<b>12</b>
Статья 12. Продавцы .....	12
Статья 13. Операторы электронной торговой площадки .....	13
Статья 14. Организация взаимоотношений операторов электронной торговой площадки с покупателями (потребителями) .....	14
Статья 15. Организация взаимоотношений операторов электронной торговой площадки с продавцами .....	15
Статья 16 – Ответственность продавца .....	15
Статья 17 – Ответственность оператора электронной торговой площадки .....	16
<b>РАЗДЕЛ IV. ПРОЦЕДУРЫ СОВЕРШЕНИЯ, ИСПОЛНЕНИЯ И ОТМЕНЫ СДЕЛОК В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ .....</b>	<b>16</b>
Статья 18. Регистрация.....	16
Статья 19. Подготовка к оформлению заказа .....	17
Статья 20. Формирование заказа .....	17
Статья 21. Акцепт.....	17
Статья 23. Онлайн-платежи (транзакции) .....	18
Статья 24. Доставка товаров .....	18
Статья 25. Возврат и замена .....	19
Статья 26. Гарантии.....	19
Статья 27. Разрешение споров .....	19
<b>РАЗДЕЛ V. ИНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ.....</b>	<b>20</b>
Статья 29. Юрисдикция.....	20
Статья 29. Интеллектуальная собственность .....	20
Статья 30. Действие кодекса в пространстве .....	21
Статья 31. Региональное сотрудничество.....	21

## РАЗДЕЛ I – ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

### Статья 1. Цели и принципы регулирования электронной коммерции

1. Настоящий Кодекс включает в себя рекомендации для рационального развития электронной коммерции в странах Центральной Азии как на внутреннем, так и на международном рынках.
2. Настоящий Кодекс соответствует международным принципам высокого уровня по защите прав потребителей. Он призывает к мерам, в основе которых лежит защита прав потребителей. Данные меры призваны повысить уровень доверия потребителей к цифровой экономике и, как следствие, привести к значительному росту электронной торговли.
3. Настоящий кодекс призывает к большей справедливости, ответственности и прозрачности в процессе осуществления электронной коммерции. Он представляет собой перечень основных норм и правил, направленных на защиту законных прав и интересов всех участников электронной коммерции, регулирования электронной коммерции и поддержания рыночного порядка.
4. Излагая основные характеристики эффективной защиты потребителей при совершении электронной сделки между предпринимателем и потребителем, настоящий кодекс призван помочь устранить неопределенности и разногласия, с которыми сталкиваются как покупатели, так и продавцы при покупке и продаже посредством электронной коммерции.

### Статья 2. Сфера применения

1. Настоящий кодекс определяет основополагающие нормы и правила, направленные на добросовестную, справедливую и открытую коммерческую деятельность по реализации товаров (работ, услуг) конечным потребителям (физическим лицам) посредством электронной коммерции.
2. Положения, указанные в настоящем кодексе, легко применить и адаптировать в контексте разных стран, создав, тем самым, унифицированные правила и требования к участникам электронной торговли. При этом, кодекс может использоваться в качестве шаблона для разработки соответствующей инфраструктуры на государственном или индивидуальном уровне, чтобы можно было создать среду, в которой несоблюдение норм и правил, представленных в кодексе, будет восприниматься как неприемлемое поведение или как нарушение законодательно-закрепленных норм и правил с соответствующими последствиями в виде санкций, которые также должны быть закреплены законодательно.
3. Кодекс не задуман как отдельный регулятивный инструмент и может быть дополнен более подробными обучающими и информационными материалами. При необходимости допускается добавление ссылок (отсылочных норм) на конкретные правовые положения и законодательные/подзаконные акты в отдельных странах Центральной Азии, относящиеся либо к общим законам о защите прав потребителей, либо к конкретным отраслевым законам, регулирующим деятельность, прямо или косвенно связанную с электронной коммерцией.

### Статья 3. Основные понятия

Для целей настоящего Кодекса используются следующие основные понятия:

- 1) **аппаратно-программный комплекс** - совокупность программного обеспечения и технических средств, совместно применяемых для решения задач определенного типа;
- 2) **заказ** – оформленная и оплаченная согласно условиям [оферты](#) интернет-магазина или электронной торговой площадки заявка покупателя на приобретение товаров (работ, услуг), выбранных покупателем в интернет-магазине или электронной торговой площадке.
- 3) **информационно-коммуникационные технологии** - совокупность методов работы с электронными информационными ресурсами и методов информационного взаимодействия, осуществляемых с применением аппаратно-программного комплекса и сети телекоммуникаций;
- 4) **интернет** - глобальная система объединенных сетей телекоммуникаций и вычислительных ресурсов для передачи электронных информационных ресурсов;

- 5) **интернет-ресурс** - информация (в текстовом, графическом, аудиовизуальном или ином виде), размещенная на [аппаратно-программном комплексе](#), имеющем уникальный сетевой адрес и (или) доменное имя и функционирующем в [интернете](#);
- 6) **обработка персональных данных** - любое действие (операция), совершаемое с использованием средств автоматизации, с персональными данными (в том числе сбор, запись, систематизация, накопление, хранение, защита, уточнение (обновление, изменение), извлечение, использование, передача (распространение, предоставление, доступ), обезличивание, блокирование, удаление, уничтожение персональных данных), или совокупность таких действий (операций);
- 7) **оператор электронной торговой площадки (платформы)** – организация, независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, предоставляющий доступ на принадлежащий ему интернет-ресурс ([электронную торговую площадку](#)) участникам электронной коммерции для целей продажи/приобретения товаров (работ, услуг), а также обеспечивающий подготовку, совершение, выполнение электронных сделок, в том числе взаиморасчеты между участниками электронной сделки;
- 8) **оферта в электронной коммерции** – предложение о заключении электронной сделки, в котором изложены существенные условия договора купли-продажи товара (выполнения работ, оказания услуг), адресованное неограниченному кругу лиц, размещенное продавцом и/или оператором электронной торговой площадки на своем интернет-ресурсе (интернет-магазин, электронная торговая площадка);
- 9) **персональные данные** - любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу (субъекту персональных данных);
- 10) **покупатель** – физическое лицо, обладающее необходимым объемом право- и дееспособности для совершения покупок, имеющее намерение оформить, и/или оформившее заказ на приобретение товаров или услуг, представленных к продаже посредством электронной коммерции;
- 11) **продавец** – организация независимо от формы (вида) собственности, а также физическое лицо, зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, реализующие товары и/или услуги потребителям посредством совершения электронной сделки в интернет-магазине или маркетплейсе;
- 12) **сделка в электронной коммерции (электронная сделка)** - это операция по заключению договора купли-продажи товаров (работ, услуг) между участниками электронной коммерции, проводимая с помощью информационно-коммуникационных технологий путем акцепта покупателем публичной оферты продавца или оператора электронной торговли и осуществления покупателем оплаты за сформированный им заказ, включающий в себя товары (работы, услуги), выбранные покупателем к приобретению на интернет-ресурсе продавца или оператора электронной торговой площадки;
- 13) **сеть телекоммуникаций** - совокупность средств телекоммуникаций и линий связи, обеспечивающих передачу сообщений телекоммуникаций, состоящая из коммутационного оборудования (станций, подстанций, концентраторов), линейно-кабельных сооружений (абонентских линий, соединительных линий и каналов связи), систем передачи и абонентских устройств;
- 14) **средства телекоммуникаций (средства связи)** - технические устройства, оборудование, системы и программные средства, позволяющие формировать, передавать, принимать, хранить, обрабатывать, коммутировать электромагнитные или оптические сигналы или управлять ими;
- 15) **товар** - объект материального мира, не изъятый из гражданского оборота согласно действующего законодательства страны или не ограниченный в обороте (объект, приобретение или отчуждение которого допускается по специальному разрешению в порядке и на условиях, определенных законодательством страны);
- 16) **трансграничная передача персональных данных** - передача персональных данных на территорию третьего государства, органу власти иностранного государства, иностранному физическому лицу или иностранному юридическому лицу;

- 17) **территориальное пространство сегмента Интернета** - совокупность интернет-ресурсов, размещаемых на аппаратно-программных комплексах, расположенных на территории отдельного государства;
- 18) **транзакция** – платежная операция, осуществляемая посредством [эквайринга](#) для приобретения товаров/услуг в электронной коммерции;
- 19) **хостинг** – услуга по размещению интернет-ресурсов на аппаратно-программных комплексах, имеющих постоянный доступ к интернету;
- 20) **цифровые работы (услуги)** — работы (услуги), выполняемые дистанционно, посредством информационно-коммуникационных технологий с обязательной передачей результатов выполненных работ (услуг) через [средства телекоммуникаций](#). К данной категории относят широкий спектр работ (услуг) таких, например, как программы для ЭВМ, реклама в интернете, хранение и обработка информации, [хостинг](#), [цифровой контент](#);
- 21) **нецифровые работы (услуги)** — работы (услуги), выполнение которых осуществляется через каналы иные, чем информационно-коммуникационные сети, а также консультационные услуги, оказанные через любые каналы (включая цифровые);
- 22) **цифровой контент** — совокупность информационных материалов, которые распространяются в электронном виде с использованием [информационно-коммуникационных технологий](#) для последующей эксплуатации на цифровых устройствах;
- 23) **фулфилмент центр** - логистический центр, выполняющий весь комплекс операций с момента оформления заказа на товар покупателем и до момента доставки этого заказа покупателю, в том числе выполняющий такие функции как складское хранение товаров, прием и обработку заказов, комплектацию и упаковку заказов, получение оплаты от покупателей, доставка заказов, прием возвратов заказов в сфере электронной коммерции;
- 24) **участники электронной коммерции** - физические и юридические лица, участвующие в качестве [покупателя](#), [продавца](#), а также получателя (в случае если это не одно лицо с покупателем) в рамках подготовки, заключения и выполнения [электронной сделки](#);
- 25) **электронные информационные ресурсы** - информация в электронно-цифровой форме, содержащаяся на электронном носителе и в объектах информатизации;
- 26) **электронная коммерция** - предпринимательская деятельность по реализации товаров и выполнению работ (оказанию услуг), осуществляемая с помощью информационно-коммуникационных технологий, путем передачи информации, подготовленной, отправленной, полученной или хранимой с помощью электронных или аналогичных средств (включая электронный обмен данными через интернет-ресурс, электронную почту или иным способом, исключающим возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром, либо образцом товара при заключении такого договора);
- 27) **электронный носитель** - материальный носитель, предназначенный для хранения информации в электронной форме, а также записи или ее воспроизведения с помощью технических средств;
- 28) **электронная торговая площадка (маркетплейс)** - интернет-ресурс, обеспечивающий инфраструктуру [участникам электронной коммерции](#), в том числе заключение договоров между ними на приобретение товаров, выполнение работ (оказание услуг) с использованием информационно-коммуникационных технологий;
- 29) **эквайринг** - технология приема банковских кредитных и дебетовых пластиковых карт в качестве одного из средств для оплаты товаров и услуг в электронной коммерции.

#### **Статья 4. Основные принципы защиты прав потребителей**

1. Принципы защиты прав потребителей в контексте электронной торговли, призваны помочь обеспечить защиту потребителей при приобретении товаров (работ, услуг) в Интернете на уровне, не менее чем тот, что гарантирован потребителю при совершении покупок в традиционных и иных формах торговли.
2. Принципы защиты прав потребителей призваны сыграть важную роль в оказании помощи правительству страны, предпринимателям и представителям потребителей в разработке и

внедрении действующих механизмов защиты прав потребителей без создания административных барьеров и сложностей для осуществления предпринимательской деятельности в рамках электронной коммерции.

3. Защита прав потребителей осуществляется на основе следующих принципов:
  - 1) Принцип содействия экономическим интересам потребителей и защиты таких интересов;
  - 2) Принцип доступности и достоверности информации о предлагаемых продавцом (изготовителем, исполнителем) товарах (работах, услугах);
  - 3) Принцип просвещения потребителей, повышения правовой грамотности потребителя в вопросах защиты своих прав и законных интересов;
  - 4) Принцип обеспечения эффективной системы защиты прав и законных интересов потребителей, основанной на последовательности мероприятий, обеспечивающих их защиту;
  - 5) Принцип обеспечения защиты законных интересов потребителей в электронной коммерции не менее уровня защиты, предоставляемого в других формах торговли;
  - 6) Принцип участия общественных объединений потребителей, ассоциаций (союзов) в обеспечении защиты прав и законных интересов потребителей;
  - 7) Принцип обеспечения потребителей безопасными и качественными товарами (работами, услугами).

#### **Статья 5. Добросовестная практика ведения бизнеса, рекламы и маркетинга**

1. Продавцы и операторы электронных торговых площадок должны уделять должное внимание интересам потребителей и действовать в соответствии с принципами честного ведения бизнеса, рекламы и маркетинга.
2. Продавцам и операторам электронных торговых площадок запрещается делать какие-либо заявления, бездействовать или заниматься какой-либо практикой, которая может быть обманчивой, вводящей в заблуждение, мошеннической или несправедливой.
3. Продавцы, реализующие, продвигающие или рекламирующие товары (работы, услуги) потребителям, не должны заниматься практикой, которая может вызвать необоснованный риск причинения вреда потребителям вследствие такой продажи, продвижения или рекламы.
4. Продавцы и операторы электронных торговых площадок должны соблюдать любые заявления, которые они делают в отношении политик, правил и процедур, касающихся их взаимоотношений с потребителями. Такие политики, правила и процедуры или ссылки на них, как правило представлены в оферте интернет-магазина или электронной торговой площадки.
5. Продавцы и операторы электронных торговых площадок должны использовать исключительно справедливые условия контрактов с покупателями (потребителями).
6. Рекламу и маркетинг в электронной коммерции необходимо идентифицировать как таковые.

В рекламе и маркетинге следует идентифицировать бизнес, от имени которого проводится маркетинг или реклама, если отказ от этого будет вводить в заблуждение.

Компании должны иметь возможность обосновать любые явные или подразумеваемые заявления, пока они сохраняются, и в течение разумного периода после этого.

Компании должны разрабатывать и внедрять эффективные и простые в использовании процедуры, которые предоставят потребителям право выбора, хотя бы они или нет получают коммерческие предложения и/или рекламу по электронной почте

## **РАЗДЕЛ II – ИНФОРМАЦИЯ**

### **Статья 6. Идентификационная информация**

1. Продавец и/или оператор электронной торговой площадки предоставляет идентификационную информацию о себе, информацию о товарах или услугах, которые он реализует, в ясной,



разборчивой, точной и легкодоступной форме посредством размещения ее на интернет-ресурсе (интернет-магазин, электронная торговая площадка).

2. Идентификационная информация, предоставляемая продавцом и оператором электронной торговой площадки, должна содержать как минимум следующее:
  - 1) наименование интернет-магазина или электронной торговой площадки (если такое наименование не совпадает с наименованием (фирменным наименованием) продавца или оператора электронной торговой площадки);
  - 2) полное фирменное наименование продавца или электронной торговой площадки, если продавцом/ оператором выступает юридическое лицо; или фамилия, имя, отчество индивидуального предпринимателя, его фирменное наименование (при наличии), а также информация о регистрации и наименование органа, осуществившего его регистрацию в качестве индивидуального предпринимателя;
  - 3) юридический и физический адрес (в случае если фактическое местонахождение продавца или оператора электронной торговой площадки не совпадает с юридическим адресом), адрес электронной почты или другие электронные средства связи, номер телефона, а также иные идентификационные данные, необходимые для определения государственной регистрации продавца или оператора электронной торговой площадки (идентификационный и/или налоговый номер бизнеса, номер лицензии/ свидетельства/ разрешения на право заниматься определенным видом деятельности (при наличии), и т.д.)
  - 4) информация о членстве продавца или оператора электронной торговой площадки в какой-либо саморегулируемой организации, бизнес-ассоциации, организации по разрешению споров или другом органе сертификации (при наличии). А также контактные данные таких организаций и наиболее приемлемый и простой метод проверки такого членства.
3. В случае каких-либо изменений в идентификационной информации, продавец или оператор электронной торговой площадки незамедлительно обновляет опубликованную информацию на своем интернет-ресурсе (интернет-магазине или электронной торговой площадке).
4. Если продавец или оператор электронной торговой площадки намеревается прекратить свою деятельность в области электронной коммерции, соответствующая информация должна быть размещена на видном месте домашней страницы интернет-ресурса (интернет-магазина или электронной торговой площадки) не менее чем за 30 календарных дней до планируемого прекращения деятельности.

## **Статья 7. Оферта**

1. К оферте в электронной коммерции применяются требования, определенные гражданским законодательством страны, применимые для публичной оферты.
2. В дополнение к п.1 настоящей статьи к оферте в электронной коммерции применяются следующие особые требования:
  - 1) Оферта должна быть размещена на интернет-ресурсе в письменной форме, с возможностью скачивания полного текста потребителем (покупателем). Допускается использование текста оферты, записанного в виде звуковой дорожки только в качестве дополнения к письменной форме.
  - 2) Оферта должна содержать информацию о текущей версии (ревизии) и дате ее утверждения продавцом или оператором электронной торговой площадки (в случае если текст оферты как минимум один раз подвергается пересмотру).
  - 3) Ссылка на полный текст оферты должна быть представлена на домашней странице интернет-ресурса, либо в разделе, где представлена вся правовая информация по данному интернет-ресурсу. При этом, ссылка на такой раздел также должна быть представлена на домашней странице интернет-ресурса (интернет-магазина или электронной торговой площадки).
3. Оферта должна содержать как минимум следующую информацию:
  - 1) Условия приобретения товаров (работ, услуг);

- 2) Порядок и процедуры оформления заказа;
  - 3) Порядок и условия доставки;
  - 4) Порядок и условия оплаты;
  - 5) Порядок и условия возврата товара;
  - 6) Порядок и условия возврата оплаты;
  - 7) Порядок разрешения споров;
  - 8) Права и обязанности сторон;
  - 9) Ответственность сторон;
  - 10) Соглашение о конфиденциальности и неразглашении персональных данных, либо ссылка на отдельное соглашение, если оно разработано продавцом или оператором электронной коммерции в виде отдельного документа, размещенного в интернет-магазине или электронной торговой площадке;
  - 11) Гарантийные обязательства.
4. Продавец или оператор электронной торговли вправе дополнять оферту иными положениями или условиями, непротиворечащими настоящему кодексу.

#### **Статья 8. Информация о товаре (работе, услуге)**

1. Информация, способствующая правильному выбору товара (работы, услуги), доводимая до сведения потребителя до заключения [электронной сделки](#) с потребителем, должна содержать сведения об основных потребительских свойствах и технических характеристиках товара (результатах выполнения работ, оказания услуг).
2. Информация о товаре (работе, услуге) должна быть точной, легкодоступной и полной настолько, чтобы покупателю ее было достаточно для уверенной идентификации товара (работы, услуги), его основных характеристик и параметров и для последующего принятия решения о том, приобретать или нет товар (работу, услугу) у данного продавца.
3. При наличии информации о требованиях к качеству товара (работы, услуги) установленных нормативными документами страны, продавец обязан предоставить такую информацию в составе общих сведений о товаре (работе, услуге) путем указания названия технического документа, устанавливающего такие требования.
4. Если законодательством страны для совершения сделки в традиционной или иной форме торговли закреплено более одного языка, продавец и оператор электронной торговой площадки должны предоставить информацию, необходимую потребителям для принятия обоснованного решения о совершении сделки посредством электронной коммерции, на всех доступных языках согласно требованиям действующего законодательства страны.
5. Информация о стоимости товара (работы, услуги) должна быть указана в валюте платежа. В случае, если в стране допускается использование более одной валюты (национальной валюты) для расчетов за товары (работы, услуги), то продавец или оператор электронной торговой площадки вправе использовать разрешенные дополнительные валюты для целей определения стоимости товара (работы, услуги) и совершения платежа (транзакции).
6. Продавец или оператор электронной торговой площадки должен обеспечить покупателю доступ к информации по совершенной сделке включая все детали транзакции и информацию по приобретенным товарам (работам, услугам).

#### **Статья 9. Информация о заказе**

1. Во избежание двусмысленности в отношении намерения покупателя совершить электронную сделку, продавец или оператор электронной торговой площадки должен предоставить покупателю до совершения сделки возможность:
  - 1) абсолютно точно определить перечень товаров (работ, услуг), которые он желает приобрести;
  - 2) выявить и исправить любые ошибки или изменить заказ;

- 3) выразить осознанное и сознательное согласие на покупку;
  - 4) определить окончательную стоимость товара (работ, услуг) и ознакомиться с детализацией затрат, подлежащих оплате в обязательном и опциональном порядке (при наличии);
  - 5) сохранить полную запись о совершаемой сделке.
2. Покупателю должно быть предоставлено право отменить заказ до совершения [транзакции](#).
  3. Вся информация об окончательной стоимости заказа должна быть указана в валюте платежа. В случае, если в стране допускается использование более одной валюты (национальной валюты) для расчетов за товары (работы, услуги), то продавец или оператор электронной торговой площадки вправе использовать разрешенные дополнительные валюты для целей определения конечной стоимости заказа и совершения платежа.

## **Статья 10. Персональные данные**

1. Продавец или оператор электронной торговой площадки должен разработать и разместить на своем [интернет-ресурсе](#) (интернет-магазине, электронной торговой площадке) пользовательское соглашение о конфиденциальности и неразглашении персональных данных (политика конфиденциальности). Пользователю (покупателю) должно быть предоставлено право ознакомления с текстом такого соглашения до оформления заказа и совершения электронной сделки. При этом, совершение сделки возможно исключительно после подтверждения согласия пользователя (покупателя) с условиями соглашения о конфиденциальности и неразглашении персональных данных, которое может быть включено в договор публичной оферты или оформлено отдельным документом.
2. При обработке персональных данных пользователей (покупателей) интернет-магазинов и электронных торговых площадок, продавцы и операторы электронных торговых площадок, без каких-либо оговорок, обязаны соблюдать законодательные требования страны о защите персональных данных. При нарушении требований о защите персональных данных, продавцы и операторы электронных торговых площадок несут ответственность, предусмотренную законодательством страны.
3. Продавцы и операторы электронных торговых площадок предоставляют пользователям своего интернет-ресурса исчерпывающую информацию о способах и процедурах поиска, корректировки, удаления собственной пользовательской информации и отмены регистрации пользователя. При этом, данные способы не должны быть необоснованно обременительными и сложными.
4. Продавцы и операторы электронных торговых площадок при получении любой заявки пользователя на поиск, корректировку или удаление информации о пользователе, обязаны обрабатывать и своевременно предоставлять запрошенные данные, производить корректировки или удаление информации о пользователе при условии установления личности пользователя, подтверждающей факт того, что именно данное лицо связано с пользователем, информация о котором подлежит поиску, корректировке или удалению. В случае отмены регистрации пользователя, продавцы и операторы электронных торговых площадок незамедлительно удаляют информацию о таком пользователе из своего интернет-ресурса. При этом, в случае если действующим законодательством страны предусмотрена обязанность продавца или оператора электронной торговой площадки сохранять такую информацию, преимущественная сила будет сохраняться за таким законодательным требованием.
5. Если государственный орган или суд требует от продавца или оператора электронной торговой площадки предоставления данных о пользователе (покупателе) или продавце (в случае электронной торговой площадки) включая персональные данные, информацию о совершенных электронных сделках и т.д., и такое требование предусмотрено действующем законодательством страны, продавец или оператор электронной торговой площадки предоставляет запрашиваемые данные в порядке и на условиях, установленных действующим законодательством страны. При этом, последующую ответственность за сохранность и конфиденциальность предоставленных данных несет получатель информации, в том числе ответственность за принятие мер, обеспечивающих защиту персональных данных, конфиденциальной информации и коммерческой тайны в порядке и на условиях, предусмотренных действующим законодательством страны.

## **Статья 11. Иные требования в области информации**

1. Информация об условиях сделки и всех условиях связанных с ней, а также договор, заключаемый покупателем с продавцом или оператором электронной торговой площадки путем безусловного акцепта оферты, должны быть полностью раскрыты и представлены продавцом или оператором электронной торговой площадки на интернет-ресурсе в таком виде и мере, которые позволят покупателю самостоятельно и осознанно принять решение о приобретении товара (работы, услуги) посредством электронной коммерции у данного продавца на указанных условиях. Такая информация должна быть четкой, точной, легкодоступной и предоставляться таким образом, чтобы у покупателя была возможность ознакомиться с ней перед заключением сделки посредством электронной коммерции.
2. Продавцы или операторы электронных торговых площадок должны предоставить покупателю (потребителю) полную информацию о совершенной электронной сделке и ее выполнению в виде и форме, приемлемом для того, чтобы покупатель (потребитель) мог получить к ней доступ и вести учет такой информации.
3. Продавцы или операторы электронных торговых площадок (действуя по поручению продавцов), обязаны указывать сведения о гарантийном сроке (если он установлен), сроке службы или сроке годности товара (работы, услуги), а также о необходимых действиях покупателя (потребителя) по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товар по истечении указанных сроков представляет опасность для жизни, здоровья и имущества покупателя (потребителя) или становится непригодным для использования по назначению.
4. Там, где это применимо и целесообразно для совершения электронной сделки, покупателю (потребителю) должно быть представлена следующая информация:
  - 1) детализация затрат (окончательной стоимости), подлежащих оплате покупателем продавцу или оператору электронной торговой площадки;
  - 2) уведомление покупателя о дополнительных затратах, подлежащих оплате потребителем в связи с совершаемой электронной сделкой при условии, что такие затраты должны быть оплачены в обязательном порядке для исполнения продавцом или оператором электронной торговой площадки своего обязательства по сделке;
  - 3) условия поставки (доставки) и исполнения электронной сделки;
  - 4) условия и способы оплаты;
  - 5) ограничения или условия покупки, такие как требования об одобрении родителями/опекунами совершения сделки детьми, территориальные и/или временные ограничения для совершения сделки или доставки;
  - 6) инструкции по правильному использованию, включая предупреждения о безопасности и вреде для здоровья;
  - 7) информация о доступном послепродажном обслуживании;
  - 8) подробная информация и условия, связанные с политикой отказа, расторжения или отмены сделки, возврата и обмена товара, и/или возврата денежных средств;
  - 9) гарантийные обязательства продавца и гарантийный срок на товар (работу, услугу).
5. Продавцу и оператору электронной торговой площадки запрещено использовать особенности электронной коммерции для сокрытия истинной информации о продавце и/или операторе электронной торговой площадки, его фактическом местонахождении или для целей, направленных на несоблюдение (полное или частичное) принципов защиты прав потребителей и/или механизмов обеспечивающих такое соблюдение.

## **РАЗДЕЛ III – УЧАСТНИКИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

### **Статья 12. Продавцы**

1. В процессе осуществления электронной коммерции, продавец обязан соблюдать требования настоящего кодекса.

2. Продавец, в обязательном порядке, разрабатывает и размещает на своем интернет-ресурсе (интернет-магазине) следующие документы:
  - 1) пользовательское соглашение (оферту), к содержанию которого применяются требования, представленные в [Статье 7](#) Кодекса;
  - 2) правила совершения электронных сделок;
  - 3) политика конфиденциальности.
3. Продавец вправе размещать и иные документы, необходимые ему для реализации товаров (работ, услуг) через свой интернет-магазин. При этом, такие документы не должны противоречить положениям настоящего Кодекса и действующего законодательства страны.
4. Документы, указанные в пункте 2 настоящей статьи, разрабатываются в соответствии с принципами открытости, справедливости и беспристрастности, предусматривающие права и обязанности покупателя и продавца, защиту качества товаров (работ, услуг), защиту интересов и прав потребителей и персональных данных.
5. Документы, указанные в пункте 2 настоящей статьи, размещаются на **видном** месте домашней страницы интернет-магазина с момента запуска интернет-ресурса и на весь период его функционирования. Документы должны быть предоставлены в удобном для чтения формате, с предоставлением пользователю возможности загрузки (скачивания) полного текста таких документов.
6. Положение пункта 2) статьи не распространяется на продавца в случае, если продавец осуществляет продажу товаров (работ, услуг) через электронную торговую площадку. В таком случае продавец обязан, без каких-либо оговорок, соблюдать положения, правила и процедуры, внедренные и используемые оператором электронной торговой площадки.
7. Продавец должен обеспечить оперативный, легкий и эффективный метод коммуникации потребителя с продавцом.
8. Продавец должен предпринимать технические и другие необходимые меры для обеспечения безопасности интернет-магазина и его стабильной работы, предотвращения незаконных и противоправных действий, эффективного реагирования на события кибер-безопасности, а также обеспечения безопасности совершения электронных сделок и транзакций.
9. Продавец должен организовать надлежащие и эффективные процедуры и механизмы разрешения споров по совершенным сделкам через интернет-магазин продавца.

### **Статья 13. Операторы электронной торговой площадки**

1. Оператор электронной торговой площадки должен соблюдать требования настоящего кодекса, а также обеспечить контроль его соблюдения продавцами посредством указания соответствующих ссылок, норм и положений в соглашении об оказании услуг продавцам.
2. Оператор электронной торговой площадки в обязательном порядке разрабатывает и размещает на своем интернет-ресурсе (электронной торговой площадке) следующие документы:
  - 1) пользовательское соглашение для всех посетителей интернет-ресурса (оферту), к содержанию которого применяются требования, представленные в [Статье 7](#) Кодекса;
  - 2) соглашение об оказании услуг продавцам (договор присоединения);
  - 3) правила совершения электронных сделок;
  - 4) политика конфиденциальности.
3. Оператор электронной торговой площадки **вправе** размещать и иные документы, необходимые ему для организации и функционирования электронной торговой площадки. При этом, такие документы не должны противоречить положениям настоящего Кодекса и действующего законодательства страны.
4. Документы, указанные в пункте 2 настоящей статьи, разрабатываются в соответствии с принципами открытости, справедливости и беспристрастности, предусматривающие права и обязанности в отношении входа на электронную торговую площадку и выхода из нее, защиту качества товаров (работ, услуг), защиту интересов и прав потребителей и персональных данных.

5. Документы, указанные в пункте 2 настоящей статьи, либо активные ссылки на них, размещаются на видном месте домашней страницы электронной торговой площадки с момента запуска интернет-ресурса и на весь период его функционирования. Документы должны быть предоставлены в удобном для чтения формате, с предоставлением пользователю возможности загрузки (скачивания) полного текста таких документов.
6. В случае пересмотра документов, указанных в пункте 2 настоящей статьи, операторы электронной торговой площадки размещают информацию о планируемых изменениях на видном месте домашней страницы своего интернет-ресурса для ознакомления с общественным мнением на срок не менее 14 календарных дней и принимают разумные меры для обеспечения того, чтобы заинтересованные стороны могли выразить свое мнение в отношении планируемых изменений. Пересмотренные документы публикуются на интернет-ресурсе в срок не позднее чем за семь календарных дней до планируемой даты вступления в силу с указанием порядкового номера ревизии и даты принятия пересмотренного документа оператором электронной торговой площадки.
7. В случае, когда продавец не согласен с пересмотренными документами, он вправе отказаться от услуг оператора электронной торговой площадки и требовать расторжения соглашения об оказании услуг без каких-либо препятствий и штрафных санкций со стороны оператора, выполняя при этом свои обязательства предусмотренные документами, которые действовали до вступления в силу пересмотренных документов. При этом, продавец может использовать такое право в течение 14 календарных дней с момента вступления в силу пересмотренных документов. После истечения указанного срока к продавцу применяется принцип «молчание – знак согласия», который свидетельствует о согласии продавца с пересмотренными документами.
8. Оператор электронной торговой площадки предпринимает технические и другие необходимые меры для обеспечения безопасности электронной торговой площадки и ее стабильной работы, предотвращения незаконных и противоправных действий, эффективного реагирования на события кибер-безопасности, а также обеспечения безопасности совершения электронных сделок и транзакций.

#### **Статья 14. Организация взаимоотношений операторов электронной торговой площадки с покупателями (потребителями)**

1. Оператор электронной торговой площадки предоставляет пользователю (покупателю) возможность использования интернет-ресурса оператора с целью выбора и приобретения товаров (работ, услуг) у продавцов, реализующих такие товары (работы, услуги) через интернет-ресурс оператора.
2. Оператор электронной торговли может оказывать (на платной, либо безвозмездной основе) дополнительные услуги пользователям интернет-ресурса (покупателям), прямо, либо косвенно связанные с приобретением товаров (работ, услуг) посредством электронной коммерции через электронную торговую площадку оператора, а также услуги, связанные с исполнением совершенной электронной сделки на электронной торговой площадке оператора.
3. Оператор электронной торговой площадки должен обеспечить оперативный, легкий и эффективный метод коммуникации потребителя с оператором электронной торговой площадки.
4. Оператор электронной торговой площадки должен предусмотреть и организовать функционирующие механизмы разрешения споров (в том числе онлайн-механизмы) для обработки претензий покупателей в отношении товаров (работ, услуг) приобретенных у продавца посредством электронной торговой площадки оператора.
5. Оператор электронной торговли должен предоставлять потребителю (покупателю) право оставлять комментарии, отзывы и ставить оценку товарам (работам, услугам), приобретенным покупателем через электронную торговую площадку оператора, а также оставлять комментарии, отзывы и ставить оценку продавцу, у которого были приобретены такие товары (работы, услуги). При этом, оператор электронной торговли не имеет права удалять такие комментарии и отзывы потребителей, за исключением случаев, когда содержание комментария (отзыва) нарушает какое-либо требование законодательства страны в отношении информации, размещаемой в публичном месте, либо относится к информации, причиняющей вред здоровью и развитию детей согласно действующего законодательства страны.

## **Статья 15. Организация взаимоотношений операторов электронной торговой площадки с продавцами**

1. Оператор электронной торговой площадки посредством своего интернет-ресурса оказывает продавцу услуги автоматической обработки информации, исходящей от пользователя электронной торговой площадки (покупателя), имеющего намерение приобрести товар (работу, услугу) через электронную торговую площадку оператора.
2. Результаты автоматической обработки информации предоставляются продавцу посредством одного из каналов связи, указанных продавцом или в личном кабинете продавца на интернет-ресурсе оператора.
3. Операторы электронной торговой площадки не могут использовать соглашение об оказании услуг продавцам или иные документы, определяющие порядок функционирования электронной торговой площадки и взаимоотношения с продавцами, для целей навязывания необоснованных ограничений или условий торговли продавцов на электронной торговой площадке, равно как и для навязывания цен и условий взаимодействия с другими продавцами или сбора необоснованных платежей на своем интернет-ресурсе.
4. Операторы электронной торговой площадки должны принимать меры в отношении продавцов, такие как предупреждение, приостановка продаж или полное прекращение продаж на электронной торговой площадке и расторжение соглашения об оказании услуг с продавцом(ами) в случае нарушения продавцом(ами) правил и положений, указанных в настоящем кодексе, соглашения об оказании услуг, заключенное с такими продавцами, а также нарушения иного законодательства страны, прямо, либо косвенно связанного с осуществлением предпринимательской деятельности в электронной коммерции (при условии, что оператор осведомлен о таком нарушении).

## **Статья 16. Ответственность продавца**

1. В случае причинения вреда жизни, здоровью и (или) имуществу потребителя вследствие непредставления ему полной и достоверной информации о товаре (работе, услуге), приобретенной в интернет-магазине или электронной торговой площадке, такой вред (в том числе причиненные потребителю убытки) возмещается продавцом потребителю (по его требованию) в порядке, предусмотренном законодательством страны.

При рассмотрении требования потребителя о возмещении убытков, причиненных ему в результате предоставления продавцом недостоверной или недостаточно полной информации о товаре (работе, услуге), предполагается, что у потребителя отсутствуют специальные познания о свойствах и характеристиках товара (работы, услуги).

2. Ответственность продавца за нарушение требований к информации, предоставляемой потребителю, устанавливается законодательством страны. При этом, такая ответственность не распространяется на оператора электронной торговой площадки в случае, если он имеет доказательство того, что информация, которая явилась основанием для причинения вреда жизни, здоровью и(или) имуществу потребителя, была предоставлена продавцом оператору электронной торговой площадки для ее размещения на электронной торговой площадке в целях реализации товара (работы, услуги) продавца.
3. Продавец несет ответственность, предусмотренную действующим законодательством страны в случае рассылки потребителям (покупателям) рекламных сообщений, не отвечающих требованиям законодательства о рекламе.
4. На продавцов распространяется, без какой-либо оговорки, требование законодательства страны о защите прав потребителей, о защите персональных данных, о рекламе и иное законодательство, применимое к субъектам предпринимательской деятельности в традиционной и других формах торговли (выполнении работ, оказании услуг). За несоблюдение указанного законодательства продавец несет ответственность, предусмотренную действующим законодательством страны.

## **Статья 17. Ответственность оператора электронной торговой площадки**

1. Оператор электронной торговой площадки несет ответственность, предусмотренную действующим законодательством страны в случае рассылки потребителям (покупателям) рекламных сообщений, не отвечающих требованиям законодательства о рекламе.
2. Оператор электронной торговой площадки не несет ответственности за правовые последствия, связанные с содержанием переданных ему электронных документов и электронных сообщений, а также иной информации участников электронной коммерции для целей реализации/приобретения товаров (работ, услуг) участниками электронной коммерции на интернет-ресурсе оператора электронной торговой площадки.
3. Оператор электронной торговой площадки не несет ответственности за качество приобретаемых покупателем товаров (работ, услуг) у продавца посредством электронной торговой площадки. При этом, оператор электронной торговой площадки, посредством собственных механизмов разрешения споров (в том числе онлайн-механизмов), содействует скорейшему рассмотрению и разрешению споров и претензии покупателей в отношении товаров (работ, услуг), приобретенных на электронной торговой площадке оператора.
4. Положение пунктов 2-3 настоящей статьи утрачивает силу в тех случаях, когда оператор электронной торговой площадки осведомлен, что продавец нарушает требование, предъявляемое к нему для целей размещения к продаже товаров (услуг, работ) на электронной торговой площадке, равно как и нарушает иные требования законодательства страны, применимые к субъектам предпринимательской деятельности в традиционной и других формах торговли (выполнении работ, оказании услуг) и, при этом, оператор электронной торговой площадки позволяет осуществить продажу товаров (работ, услуг) с таким нарушением через собственный интернет-ресурс (электронную торговую площадку). Такой оператор электронной торговой площадки несет солидарную ответственность с продавцом в порядке, предусмотренном действующим законодательством страны.
5. В случае наступления негативных последствий, связанных с жизнью и здоровьем потребителей, вследствие продажи товара (работы, услуги) продавцом через электронную торговую площадку, оператор электронной торговой площадки несет солидарную ответственность с продавцом в случае, если он, на момент регистрации продавца на электронной торговой площадке, не произвел (полностью или в какой-либо части) обязательную проверку квалификации продавца и его данных на предмет соблюдения продавцом положений настоящего кодекса и иного законодательства страны, связанного с осуществлением предпринимательской деятельности в электронной коммерции, традиционной и других формах торговли (выполнении работ, оказании услуг) и наступление негативных последствий явилось следствием такого несоблюдения.
6. Оператор электронной торговой площадки не несет ответственности за убытки и ущерб покупателя, вызванные товаром (работой, услугой), приобретенном посредством использования интернет-ресурса оператора. При этом, в случае если убытки и/или ущерб возникли вследствие действий оператора, в том числе оказания услуг, за которые несет ответственность оператор электронной торговой, то оператор несет ответственность за такие убытки и ущерб в порядке, предусмотренном действующим законодательством страны.
7. На оператора электронной торговой распространяется, без какой-либо оговорки, требование законодательства страны о защите персональных данных, о рекламе, законодательство, применимое к субъектам предпринимательской деятельности, оказывающим посреднические услуги, а также иное законодательство, регулирующие услуги, оказываемые оператором электронной торговой площадки в процессе совершения и исполнения электронной сделки. За несоблюдение указанного законодательства оператор электронной торговой площадки несет ответственность, предусмотренную действующим законодательством страны.

## **РАЗДЕЛ IV. ПРОЦЕДУРЫ СОВЕРШЕНИЯ, ИСПОЛНЕНИЯ И ОТМЕНЫ СДЕЛОК В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

### **Статья 18. Регистрация**

1. В случае необходимости первоначальной регистрации покупателя (потребителя) на интернет-ресурсе продавца или оператора электронной торговли для целей последующего приобретения товаров (работ, услуг), покупатель должен выразить свое безоговорочное согласие с офертой и



политикой конфиденциальности продавца или оператора электронной торговой площадки на стадии такой регистрации, а также иными документами интернет-магазина или электронной торговой площадки, определяющими существенные условия приобретения товаров (работ, услуг).

2. Покупатель несет ответственность за точность и правильность информации, предоставляемой им при регистрации на интернет-ресурсе продавца или оператора электронной торговой площадки.
3. Продавец или оператор электронной торговой площадки не несет ответственности за неисполнение/ненадлежащее исполнение обязательств в случае, если это явилось следствием предоставления неверной/ недостоверной информации покупателем при регистрации.
4. Покупатель, зарегистрировавшийся в интернет-магазине или электронной торговой площадке, получает индивидуальную идентификацию путем предоставления ему логина и пароля для доступа к личному кабинету(профилю) –специальному разделу интернет-ресурса, который, как минимум, позволяет покупателю получить доступ к данным о статистической информации по совершенным покупателем покупкам, деталям и статусу заказов, получать сообщения и уведомления от интернет-магазина или электронной торговой площадки.

Индивидуальная идентификация покупателя позволяет избежать несанкционированных действий третьих лиц от имени Покупателя.

5. На информацию, предоставляемую покупателем (потребителем) для целей регистрации, распространяется положение [статьи 10](#) настоящего кодекса.
6. Покупателю должно быть предоставлено право изменения (корректировки) регистрационной информации в случае если покупателем были указаны не точные и/или неправильные данные при регистрации, в случае изменения адреса доставки и(или) телефона, в случае необходимости смены пароля, а также в случае изменения личных идентификационных данных таких как фамилия и/или имя.
7. Право изменения (корректировки) регистрационной информации должно быть реализовано посредством механизмов и процедур, разработанных специально для этих целей интернет-магазином или электронной торговой площадкой.

#### **Статья 19. Подготовка к оформлению заказа**

На этапе подготовки к оформлению заказа покупателю должно быть предоставлено право ознакомиться с информацией, указанной в [Разделе II](#) настоящего кодекса и иными документами продавца или оператора электронной торговой площадки, определяющими иные существенные условия совершения и выполнения электронной сделки (при наличии).

#### **Статья 20. Формирование заказа**

1. На этапе формирования заказа покупателю должно быть предоставлено право ознакомления с товаром (работой, услугой) посредством указания информации о товаре согласно требованиям [статьи 8](#) настоящего кодекса.
2. Интернет-магазин или электронная торговая площадка должна предоставить покупателю функцию выбора интересующих товаров (работ, услуг), определения их необходимого количества и добавления их в корзину для целей последующего оформления заказа.
3. Товар, помещенный в корзину, но не оформленный в виде оплаченного заказа, не резервируется и продавец не может гарантировать доступность такого товара в будущем, когда покупатель примет решение приобрести ранее выбранный и помещенный в корзину товар.

#### **Статья 21. Акцепт**

1. Чтобы совершить электронную сделку и разместить заказ в интернет-магазине или электронной торговой площадке покупатель, до совершения транзакции, обязан произвести безоговорочное согласие с офертой продавца или оператора электронной торговли (акцепт), а также выразить свое безоговорочное согласие с иными документами (при наличии) продавца или оператора электронной торговой площадки, определяющими существенные условия приобретения товаров (работ, услуг) в интернет-магазине или электронной торговой площадке, в том числе с условиями обработки персональных данных.

2. Подтверждение безоговорочного согласия покупателя с условиями оферты и иных документов должно быть выражено в действии покупателя на интернет-ресурсе в форме явного и понятного волеизъявления безоговорочно принять условия продавца или оператора электронной торговой площадки.
3. Электронная сделка, совершенная с нарушением требований пункта 1) настоящей статьи признается недействительной и к ней применяется положения гражданского законодательства страны о недействительных сделках.

### **Статья 23. Онлайн-платежи (транзакции)**

1. Сделка считается совершенной, а заказ оформленным в случае оплаты полной стоимости заказа покупателем.
1. Покупателям (потребителям) должны быть предоставлены простые в использовании и безопасные платежные механизмы типа [эквайринга](#) или электронные средства платежа типа электронных кошельков, либо иные платежные механизмы и инструменты для оплаты онлайн доступные в стране и предоставляемые поставщиками услуг электронных платежей.
2. Перед осуществлением платежа и оформлением заказа покупателю должна быть предоставлена возможность проверить итоговую сумму (включая налоги и иные расходы, связанные с осуществлением электронной сделки), данные получателя и другую информацию, содержащуюся в заказе.
3. Оплата производится в момент завершения процесса оформления заказа.
4. Поставщик услуг электронных платежей несет ответственность за убытки, причиненные несанкционированным платежом, за исключением ситуаций, когда имеются доказательства того, что несанкционированный платеж вызван ошибкой покупателя (потребителя).

### **Статья 24. Доставка товаров**

1. Обязательным условием реализации товаров посредством электронной коммерции является наличие службы доставки у интернет-магазина или электронной торговой площадки.
2. Служба доставки может быть организована собственными силами продавца или оператора электронной торговой площадки, либо посредством привлечения третьих лиц, оказывающих по договору с продавцом или оператором электронной торговой площадки услуги по доставке заказов с товарами покупателю, либо лицу, указанному в качестве получателя.
3. Стоимость доставки должна быть отражена в детализации затрат на стадии совершения электронной сделки. Покупатель должен иметь возможность определить стоимость доставки и иметь возможность выбрать альтернативные варианты доставки (при наличии), в том числе и осуществление самовывоза товара (при возможности организации).
4. Ответственность за товар до момента его доставки покупателю (получателю) несет продавец или оператор электронной торговли. В случае утраты или повреждения товара (в том числе его упаковки или тары) в процессе доставки, покупатель имеет право отказаться от получения такого товара и требовать его замены, либо возврата оплаты в полном объеме от продавца или оператора электронной торговой площадки. При этом, продавец или оператор электронной торговой площадки в последствии имеет право взыскать убытки со службы доставки в порядке регресса.
5. Право собственности на товар переходит к покупателю (получателю) в момент получения товара от службы доставки, либо в момент получения товара непосредственно от продавца (в случае самовывоза), при условии, что покупатель не отказался от товара в момент его получения.
6. В случае осуществления трансграничной электронной сделки, продавец или оператор электронной торговой площадки организуют международную доставку способом, доступном к международной доставке товаров в стране отправления (место нахождения интернет-магазина или электронной торговой площадки).

При этом, покупателю из другой страны, до момента совершения электронной сделки, должна быть предоставлена исчерпывающая информация по доступным способам доставки, ее сроках,

необходимых документах для осуществления такой доставки и определение ответственности за таможенное оформление товара.

Совершая трансграничную электронную сделку, покупатель должен выразить свое безоговорочное согласие с трансграничной доставкой и ее условиями.

### **Статья 25. Возврат и замена**

1. Покупатель вправе отказаться от заказа в целом и отменить его до того, как заказ сформирован и передан службе доставки. В этом случае стоимость заказа, оплаченная покупателем, подлежит возврату в полном объеме в порядке и на условиях, представленных в оферте продавца или оператора электронной торговой площадки.

2. Покупатель (получатель) вправе отказаться от заказа в целом, либо отдельных единиц товара в заказе в момент получения заказа от службы доставки или продавца (в случае самовывоза).

В случае отказа от заказа в целом, стоимость заказа, оплаченная покупателем, подлежит возврату, за вычетом стоимости доставки заказа покупателю (получателю).

В случае отказа от отдельных единиц товара, стоимость такого товара, оплаченная покупателем, подлежит возврату. При этом, стоимость доставки, оплаченная покупателем, возврату (полному, либо частичному) не подлежит.

3. Если оплата была произведена покупателем посредством использования платежной системы, сумма подлежащая возврату, должна быть отправлена обратно покупателю через платежную систему, которую использовал покупатель для оплаты заказа в интернет-магазине или электронной торговой площадке. Порядок и условия возврата определяются условиями возврата платежа платежной системы, через которую был совершен онлайн-платеж с целью оплаты заказа в интернет-магазине или электронной торговой площадке.

Продавец не несет ответственности за задержку возврата и/или невозврат оплаты заказа вследствие неисполнения и/или ненадлежащего исполнения платежной системой обязательства перед Покупателем по возврату платежа.

4. Продовольственный товар надлежащего качества возврату и обмену не подлежит. Под продовольственными товарами понимается сельскохозяйственная, рыбная продукция и продукты их глубокой переработки, а также питьевая вода и соль, которые предназначены для употребления в пищу человеком.

5. Непродовольственный товар надлежащего качества, полученный покупателем (получателем), может быть возвращен продавцу в случае, если законодательство страны предусматривает такой возврат. Сроки, порядок и условия возврата непродовольственных товаров регламентируются действующим законодательством страны и должны быть не ниже уровня, доступного в традиционной и иных формах торговли.

### **Статья 26. Гарантии**

1. Ответственность за качество товаров (работ, услуг) несет продавец в порядке и на условиях, определенных действующим законодательством страны.

2. Оператор электронной торговой площадки не несет ответственности за качество товаров (работ, услуг), реализуемых продавцом через электронную торговую площадку. При этом, оператор электронной торговой площадки обязан принимать и обрабатывать жалобы и претензии, в том числе и в отношении качества Товара, с целью последующего перенаправления данных претензии продавцам.

3. Положение пункта 2 настоящей статьи утрачивает силу в случае, если применяется положение [пункта 4](#) статьи 17 настоящего кодекса.

### **Статья 27. Разрешение споров**

1. Защита законных интересов покупателей (потребителей) в электронной коммерции должна быть обеспечена на уровне, не менее того, который предоставляется в традиционной и иных формах торговли согласно действующему законодательству страны.

2. Покупателям должны быть предоставлены механизмы справедливого и своевременного разрешения споров и возмещения ущерба без дополнительных затрат со стороны покупателей.
3. Продавцы и операторы электронных торговых площадок обязаны организовать удобный и эффективный механизм оформления жалоб со стороны покупателей и отчетности по ним, а также оперативно обрабатывать такие жалобы.
4. В случае если в стране, либо регионе, создан специализированный государственный орган или учреждена организация, осуществляющая функции досудебного урегулирования потребительских споров, в том числе возникших в электронной коммерции, то информация о таком органе/организации, включая контактные данные и ссылку на интернет-ресурс (при наличии), должна быть размещена в интернет-магазине или электронной торговой площадке на видном месте, а также включена в текст оферты.
5. Споры, возникающие в процессе осуществления электронной коммерции между покупателем и продавцом и/или оператором электронной торговой площадки, могут быть разрешены путем переговоров, через привлечение специализированных потребительских организаций, отраслевых ассоциаций или другой законно учрежденной организации по урегулированию досудебных споров, либо путем подачи жалоб в соответствующие государственные органы, или через обращение в судебные инстанции.

## **РАЗДЕЛ V. ИНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

### **Статья 29. Юрисдикция**

К отношениям между покупателем и продавцом, а также между покупателем и оператором электронной торговли применяется законодательство страны, в которой зарегистрирован продавец или оператор электронной торговой площадки.

### **Статья 29. Интеллектуальная собственность**

1. Владельцы прав интеллектуальной собственности имеют право уведомить операторов электронной торговой площадки и продавцов о необходимости принятия таких мер как удаление, блокирование или отключение ссылок, прекращение электронных сделок или выполнение работ (оказания услуг), если в таких действиях продавца или оператора электронной торговой площадки просматривается нарушение прав интеллектуальной собственности, подлежащих защите в порядке и на условиях, определенных законодательством страны. При этом, владелец прав интеллектуальной собственности должен предоставить доказательства принадлежащих ему прав интеллектуальной собственности и подтверждение их нарушения продавцом или оператором электронной торговой площадки.
2. Получив уведомление, указанное в пункте 1 настоящей статьи, продавец незамедлительно принимает необходимые меры по прекращению действий, в результате которых был обнаружен факт нарушения прав интеллектуальной собственности.
3. Получив уведомление, указанное в пункте 1 настоящей статьи, оператор электронной торговой площадки незамедлительно принимает необходимые меры по прекращению действий, в результате которых был обнаружен факт нарушения прав интеллектуальной собственности. В случае если уведомление содержит требование о принятии мер в отношении продавца, осуществляющего продажу товаров (работ, услуг) через интернет-ресурс оператора, то оператор незамедлительно направляет полученное уведомление продавцу и требует от него устранения выявленного нарушения прав интеллектуальной собственности, а также принимает меры в рамках своих полномочий как оператора электронной торговой площадки.
4. Непринятие оператором электронной торговой площадки мер согласно пункта 3 настоящей статьи, влечет солидарную ответственность для оператора электронной торговой за любое увеличение ущерба, причиненное дальнейшими действиями продавца в части нарушения прав интеллектуальной собственности.
5. В случае получения преднамеренного ложного уведомления согласно пункта 1 настоящей статьи, продавец и/или оператор электронной торговой площадки вправе, в гражданском порядке, требовать возмещения причиненного ущерба и убытков, вызванных таким уведомлением с лица, направившего такое уведомление.

### **Статья 30. Действие кодекса в пространстве**

Настоящий кодекс может применяться как в целом, путем признания его государством в качестве руководящего документа по вопросам организации электронной коммерции в стране и соответствующим утверждением данного кодекса нормативно-правовым актом страны, так и путем применения кодекса в отдельной его части, путем интеграции отдельных его положений в национальном законодательстве страны.

### **Статья 31. Региональное сотрудничество**

1. Чтобы обеспечить эффективную защиту потребителей в контексте региональной электронной коммерции и росту трансграничной электронной коммерции в целом, странам Центральной Азии следует развивать сотрудничество, разрабатывать и реализовывать совместные инициативы по вопросам электронной коммерции на региональном уровне, в том числе:
  - 1) обеспечить непрерывное сотрудничество на региональном уровне между организациями по защите прав потребителей стран Центральной Азии и иными соответствующими организациями;
  - 2) совместно принимать меры для борьбы с трансграничным мошенничеством в сфере электронной коммерции;
  - 3) заключать региональные соглашения, направленные на взаимное признание и исполнение судебных решений, вынесенных в результате споров между потребителями и продавцами и/или операторами электронной коммерции, и судебных решений, вытекающих из действий правоохранительных органов, предпринятых для борьбы с мошенничеством в сфере электронной коммерции;
  - 4) создать единый региональный центральноазиатский центр по разрешению споров по трансграничным сделкам в области электронной коммерции.