

Регулирование Электронной Коммерции В Узбекистане

Джуманов Аскар¹

Электронная коммерция начала свое функционирование еще в середине 90-х годов прошлого века в Западных странах. Пионерами в электронной коммерции были Amazon, Ebay и другие.

Розничная торговля в рамках электронной коммерции (B2C E-commerce) уже составляет 7% всего объема розничной торговли во всем мире и в 2016 году товарооборот B2C E-commerce составил около 2,7 миллиарда долларов США.

В Узбекистане следуя мировым тенденциям, также развивают сферу электронной коммерции. В последнее время предприниматели Узбекистана все больше инвестируют в данную сферу. Примером могут служить такие проекты как Arba.uz, Gifty.uz, Uzbekmarket.uz, Avtech.uz и другие.

Главным условием для правильного функционирования электронной коммерции является наличие специализированной нормативно-правовой базы. В данном случае, Гражданский кодекс Республики Узбекистан, который регулирует гражданско-правовые отношения, не может полностью охватить и урегулировать отношения в сфере электронной коммерции.

Узбекистан принял нормативно-правовые акты в сфере электронной коммерции. Основными нормативно-правовыми актами в электронной коммерции, которые устанавливают основополагающие принципы и правила функционирования электронной коммерции, являются Закон Республики Узбекистан «Об электронной коммерции» (Новая редакция), Правила осуществления электронной коммерции (ПКМ РУз от 02.06.2016 г. №185) и Положение о порядке организации деятельности информационных посредников – организаторов электронных ярмарок, аукционов и конкурсов (ПКМ РУз от 02.08.2016 г. №249).

Согласно ст.3 Закона РУз «Об электронной коммерции» (Новая редакция) установлено, что электронной коммерцией является купля-продажа товаров (работ, услуг), осуществляемая в соответствии с договором, заключаемым с использованием информационных систем.

Участниками электронной коммерции могут быть юридическое или физическое лицо, являющееся продавцом или покупателем товаров (работ, услуг) в электронной коммерции.

При этом продавцом товаров (работ, услуг) в электронной коммерции является юридическое лицо или индивидуальный предприниматель. Следовательно, физическое лицо не может продать свой товар через информационные системы, например как в amazon.

Процесс функционирования электронной коммерции регламентирован Правилами осуществления электронной коммерции. Согласно данным правилам продавцом может

¹ Адвокат, адвокатская фирма "Council"

быть только субъект предпринимательской деятельности, а покупателем – физическое лицо или субъекты предпринимательской деятельности (резиденты и нерезиденты Республики Узбекистан).

Договор в электронной коммерции состоит из оферты и акцепта. Данные правила осуществления электронной коммерции устанавливают, что **оферта** - предложение, адресованное одному лицу, нескольким конкретным лицам или неопределенному кругу лиц, содержащее все существенные условия договора, из которого усматривается воля лица, делающего предложение (оферента), заключить договор на указанных в предложении условиях с любым, кто отзовется.

Оферта представляет собой электронный документ, посредством которого участник электронной коммерции предлагает одному лицу, нескольким конкретным лицам и неопределенному кругу лиц заключить договор и обеспечивает им доступ к тексту, содержащему договорные условия, в том числе обязательные, согласно Правилам осуществления электронной коммерции.

Под электронным документом в электронной коммерции понимают информацию, зафиксированную в электронной форме, подтвержденную электронной цифровой подписью и имеющую другие реквизиты электронного документа, позволяющие его идентифицировать.

Законодатель определяет, что оферта является электронным документом, а соответственно должна быть подтверждена электронной цифровой подписью. В данном случае, перед разработчиками информационной системы стоит задача создания системы, которая позволит применение электронной цифровой подписи.

Данные правила устанавливают, что продавец должен разместить в своей информационной системе или электронной торговой площадке (веб-сайты, мобильные приложения) информационного посредника оферты (предложения), содержащей договорные условия.

В данном случае, продавец должен создать свою информационную систему или использовать электронную торговую площадку информационного посредника. Следует отметить, что в обеих ситуациях необходимо использовать электронную цифровую подпись для размещения оферты.

Покупатель в свою очередь может осуществить акцепт оферты следующими тремя способами:

- в виде электронного документа, предусматривающего его подтверждение электронной цифровой подписью;
- в виде электронного сообщения, текст которого содержит согласие участника электронной коммерции;
- посредством совершения действий по выполнению условий, содержащихся в оферте.

Если продавец создаст свою информационную систему и реализует через нее товары, размещение единой оферты на веб-сайте считается правильной и целесообразной.

Однако порядок реализации товаров через электронную площадку информационного посредника несколько иной.

Порядок реализации товаров (работ, услуг) через информационную систему информационного посредника регулируется Положением о порядке организации деятельности информационных посредников – организаторов электронных ярмарок, аукционов и конкурсов (ПКМ РУз от 02.08.2016 г. №249).

Данное положение определяет для продавцов и покупателей, желающих заключить договор через информационную систему информационного посредника, следующие основные понятия:

информационный посредник - юридическое лицо, осуществляющее организацию электронных ярмарок (включая выставочно-ярмарочную торговлю), аукционов и конкурсов;

информационная система - информационная система информационного посредника, организационно упорядоченная совокупность информационных ресурсов, информационных технологий и средств связи, позволяющая осуществлять сбор, хранение, поиск, обработку и использование информации для заключения сделок по результатам проведения электронных ярмарок (включая выставочно-ярмарочную торговлю), аукционов и конкурсов;

оферент - участник электронной коммерции, разместивший оферту в информационной системе информационного посредника (продавец - при реализации товара, покупатель - при закупке товаров);

Информационный посредник не является стороной сделки и не вмешивается в процесс осуществления электронной коммерции.

Информационная система информационного посредника должна иметь своеобразный личный кабинет для участников электронной коммерции с обязательной авторизацией, также должна возможность разместить оференту свое предложение с использованием электронной цифровой подписи.

С получением акцепта на оферту, информационная система информационного посредника должна предусматривать автоматическую регистрацию сделки. Права и обязанности по сделке, заключенной в информационной системе, возникают у сторон с момента электронной регистрации сделки в информационной системе, если иное не предусмотрено законодательством.

При этом следует отметить, что для реализации товаров (работ, услуг) через информационную систему информационного посредника продавец должен разметить оферту с указанием всех существенных условий договора, включая предмет, права и обязанности, цена и характеристика, ответственность и другие согласно законодательству. Однако такая схема реализации товар является не удобной для покупателя при выборе товаров двух или более продавцов и желающего оплатит их единовременно.

В электронной коммерции платежи осуществляются исключительно следующими способами:

- посредством применения расчетного терминала по приему платежей с использованием банковских пластиковых карт;
- посредством перечисления средств с банковской пластиковой карты через персональный кабинет или через систему розничных платежей (онлайн-оплата);
- посредством перечисления денежных средств с банковского счета.

На практике, большинство интернет магазинов требуют предварительную оплату за товар. При реализации товаров продавцом через собственную информационную систему, риск недоставки или доставки некачественного товара минимальный. Однако при реализации товаров через информационную систему информационного посредника, есть риск недоставки оплаченного товара продавцом. В данном случае, покупатели предъявляют претензии в первую очередь информационному посреднику, несмотря на то, что он не является стороной сделки.

Для решения вопросов по обеспечению исполнения договора, заключенного в информационной системе, и для предоставления покупателям удобного и быстрого сервиса для приобретения товаров, считается важным изучить опыт иностранных государств в области электронной коммерции.

В частности, для обеспечения добросовестного исполнения договора продавцом, необходимо предоставить право информационному посреднику принимать платежи от покупателя, а после получения товара покупателем, перечислять их продавцам. Также важным является законодательное закрепление деятельности информационного посредника по приему платежей не как посреднической.

В настоящее время, физические лица лишены возможности продавать свои ненужные товары через информационные системы. Необходимо на примере американской электронной площадки Amazon, предоставить право и физическим лицам продавать свои товары через информационные системы.

Несмотря на множество неурегулированных законом моментов, электронная коммерция намного облегчит взаимоотношение продавца и покупателя, поможет продавцу быстрее найти своего покупателя, усилит конкуренцию, обеспечит рост товарооборота и дополнительными рабочими местами, а также даст толчок развитию сопряженных профессий в Узбекистане.