

Станкова І. М.

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ДОСВІД КИТАЮ

Постановка проблеми. Цифрова епоха, в яку стрімко увійшло людство, суттєво змінює традиційні підходи до розуміння споживчих відносин. Нині реалізація товарів та послуг за допомогою мережі «Інтернет» (е-комерція) набирає все більшої популярності, що обумовлено, насамперед, низькою ціною товарів та послуг, а також зручністю їх отримання. Прогнозується, що до кінця 2019 р. загальносвітовий показник продажів інтернет-магазинів може досягти позначки в 2 трилн. дол., що є більшим у порівнянні з 2017 р. на 6%. Розвиток ІТ-технологій призвів до того, що споживання вступило в еру онлайн-покупок, отже, і захист прав споживачів також зазнає у зв'язку з цим змін. Виникають питання: наскільки це безпечно? Які гарантії має споживач щодо реальності надання послуг та отримання замовлених товарів?

В останні десятиліття Китай демонструє значні показники економічного зростання, що дозволило йому посісти друге місце у світі за рівнем розвитку економіки. Лідером електронної комерції є Китай (майже 50% від загальносвітового показника). За даними Асоціації «Українсько-китайського Співробітництва», обсяг електронної комерції в Китаї, згідно з прийнятою в країні галузевою програмою розвитку на 2016–2020 рр., має зрости до 5,8 трлн. дол. Також у цій країні розміщується майже половина найбільших інтернет-компаній світу – 9 (у 2013 р. їх було лише 2), а в США – 11 [2]. Стрімкий розвиток цифрової економіки відіграє суттєву роль у зростанні національної економіки країни, розвитку підприємницької та інноваційної діяльності, зростання рівня життя, боротьбі з бідністю.

В Україні цей ринок також стрімко розвивається і за останній рік збільшився на 30%, що є другим показником в Європі за швидкістю зростання. З огляду на випереджальний розвиток цього виду торгівлі в Китаї, який в більшій мірі стикається з захистом прав споживачів в цифрову епоху, ніж Україна, корисним є вивчення досвіду цієї країни щодо захисту прав споживачів в нових умовах.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблему захисту прав споживачів в умовах цифрової економіки досліджують представники не лише економічної науки, але й правники, серед яких Ю. О. Демінська, Н. Ільченко, Н. Коробцова, Г. Осетинської М. Пелех, К. Свінцева,

Р. Ханік-Посполітак, М. Хоменко, Т. Й. Шопінські та ін. Слід зазначити, що найбільшу увагу дослідники приділяють європейському та американському досвіду захисту прав споживачів, оминаючи увагою досвід країни з випереджаючим розвитком електронної комерції.

Метою статті є розгляд особливостей правового захисту прав споживачів у Китаї відповідно у контексті розвитку цифрової економіки загалом та цієї країни зокрема.

Методологічну основу дослідження складають порівняльно-правовий, формально-юридичний, структурно-функціональний, статистичний методи.

Виклад основного матеріалу. Необхідно зазначити, що захист прав споживачів у цифрову епоху є, найменш розвиненою сферою законодавства, як на національному, так і міжнародному рівнях. Так, звичайні режими захисту споживачів не повною мірою відповідають конкретним методам реалізації електронної комерції, які постійно розвиваються, наприклад, рекламі у соціальних мережах. Щодо міжнародного-правових актів у цій сфері, то вони мають, здебільшого, рекомендаційний характер та за змістом є загальними. У рамках Конференції ООН з торгівлі та розвитку у 1985 р. були розроблені «Керівні принципи для захисту інтересів споживачів», які є «цінним переліком принципів для визначення основних характеристик національних законодавств щодо захисту прав споживачів, правозастосовних установ, систем відшкодування збитків і для надання допомоги державам-членам, зацікавленим у розробці та застосуванні національних та регіональних нормативних актів, що відповідають їх власним економічним, соціальним і економічним умовам, а також сприяють міжнародному співробітництву у галузі захисту прав споживачів» [4].

Зазначається, що останніми роками режим захисту прав споживачів у Китаї розвивається паралельно з його економічним розвитком. Нинішній період характеризується як «помірний прогрес», який відображає структурні зміни, що нині відбуваються у країні. Два основних стовпи економічного розвитку – інвестиції та експорт, які колись сприяли величезному зростанню Китаю, більш не є настільки стабільними та стійкими, тому споживчі витрати складають питому вагу у ВВП, що є більш здоровою і стійкою моделлю. Законодавці розробляють закони і нормативні акти, що мають стати основою цієї нової моделі розвитку, що, у свою чергу, посилює захист споживачів» [5].

Основними нормативно-правовими актами, спрямованими на врегулювання захисту прав споживачів у Китаї, є закони «Про захист прав споживачів» (у редакції 2013 р.), «Про якість продукції», «Про безпечність харчових продуктів», «Про якість та безпеку сільськогосподарської продукції», «Про електронну комерцію», «Про кібербезпеку» та ін.

Розглянемо основні положення деяких з цих законів.

Закон «Про захист прав споживачів» у редакції 2013 р. [3] є базисом усього режиму захисту прав споживачів у цій країні. Перша його редакція була прийнята у 1993 р., і протягом тривалого часу він не оновлювався, що відповідало економічному курсу на розвиток країни будь-яким шляхом, орієнтованою на залучення інвестицій та експорт.

Через двадцять років після його прийняття у 2013 р., він був переглянутий, і нова редакція набула чинності у 2014 р. Систему захисту прав спо-

живачів зміцнено і приведено у відповідність до раніше прийнятих законів, зокрема до закон п»По безпеку харчових продуктів».

Закон «Про захист прав споживачів» охоплює широке коло відносин і регулює діяльність усіх бізнес-операторів, включаючи виробників, роздрібних продавців та постачальників послуг. Уперше фінансові продукти і послуги, що надаються споживачам, також підпадають під дію цього закону. Він забороняє бізнес-операторам нав'язувати несправедливі й необґрунтовані умови торгівлі, включаючи примусовий продаж. Підприємства також зобов'язані піклуватися про безпеку споживачів, оскільки тепер закон стосується ресторанів, банків і портів, а також готелів, торгових центрів, аеропортів, станцій громадського транспорту і кінотеатрів. Що стосується дефектних продуктів або послуг, то в новому законі викладено конкретні заходи, які повинні здійснювати ділові оператори, включаючи припинення продажів, публікацію попереджень, відгук товарів, знищення товарів і припинення виробництва або послуг. Важливою гарантією захисту споживачів є термін, протягом якого споживач може пред'явити претензії щодо якості продукту або послуги – шість місяців після покупки. На бізнес-операторів також покладено обов'язок довести відсутність недоліків при продажі товарів тривалого користування, таких як транспортні засоби, комп'ютери, побутові електроприлади тощо. Важливою новелою закону є посилення захисту прав споживачів не лише при здійсненні покупок, наданні послуг у традиційний спосіб, але й при онлайн-покупках.

Закон КНР «Про електронну комерцію» був прийнятий у січні 2018 р. і набув чинності на початку 2019 р. Його основна мета - протидія неетичним практикам продажів в Інтернеті. Зокрема, на операторів електронної торгівлі покладено обов'язок захищати права, інтереси і особисту інформацію споживачів, а також захищати права їх інтелектуальної власності та безпеку у кіберпросторі. Загалом регулювання електронної комерції на глобальному та регіональному рівнях, у законодавствах розвинених країн зосереджено на наступних напрямках: 1) електронні транзакції, зокрема, електронні платежі та електронні підписи; 2) захист даних; 3) кібербезпека; 4) захист споживачів; 5) спрощення процедур торгівлі. Тому новий закон Китаю «Про електронну комерцію» також виокремлює ці магістральні напрямки.

До особливостей цього законодавчого акту слід віднести вимогу про те, що он-лайніві підприємства повинні реєструвати свій бізнес і купувати усі необхідні ліцензії, що регулюють конкретні види діяльності, такі, наприклад, як продаж лікарських засобів. Окремі положення закону охоплюють: електронні контракти і електронні платежі; гарантії для транзакцій електронної торгівлі; захист даних і сприяння захисту прав споживачів, добросовісну конкуренція і механізми вирішення спорів; транскордонну торгівлю; питання притягнення до відповідальності [1].

На операторів електронної торгівлі також покладено обов'язок виконувати свої податкові зобов'язання і виставляти податкову накладну. Законодавство також підсилює захист інтелектуальної власності, зокрема посилюючи санкції щодо продажу контрафактних товарів. Так, штрафні санкції, які можуть бути покладені на операторів за серйозні правопорушення,

складають 2 млн. юанів, що становить майже 300 тис. дол. Операторам платформи також забороняється накладати необґрунтовані обмеження, умови або збори на продавців. Крім того, ці оператори повинні вести облік транзакцій, а також інформацію про надані продукти та послуги, протягом як мінімум трьох років. Новий закон також сприяє захисту споживачів та конкуренції, вимагаючи від оператора електронної торгівлі розкривати точну інформацію про товар/послугу і уникати шахрайства чи введення в оману. Платформи електронної комерції також повинні створити систему публікації коментарів споживачів і ввести інші заходи для забезпечення точної інформації.

Закон Китаю «Про кібербезпеку» набув чинності у 2017 р. і стосувався захисту особистих даних, конфіденційності.

Незважаючи на прийняття нових законів та внесення змін до вже діючих і зростаючу обізнаність споживачів щодо своїх прав, кількість скарг до китайських організацій із захисту прав споживачів у 2018 р. збільшилася на 11,2 % порівняно із 2017 р. При цьому найбільша динаміка порушень спостерігається при здійсненні онлайн-покупок мобільних телефонів, побутової техніки і товари для відпочинку тощо, і цей показник виріз майже на 80 % у 2018 р. у порівнянні із 2017 р.

Висновки. Проведений аналіз основних законів, прийнятих у Китаї останніми роками для урегулювання сфери захисту прав споживачів, надає можливість сформулювати наступні узагальнення з цього питання.

1. Законодавство по захисту прав споживачів у Китаї розвивається разом із розвитком країни. Перший нормативно-правовий акт у цій сфері – спеціальний закон «Про захист прав споживачів», був прийнятий у 1993 р. Протягом тривалого періоду він не оновлювався, що відповідало курсу розвитку країни. Зі зміною пріоритетів Китай зосередив увагу на посиленні захисту прав споживачів. Протягом кількох років прийнято базові закони «Про захист прав споживачів» (редакція 2013 р.), «Про якість продукції», «Про безпечність харчових продуктів», «Про якість та безпеку сільсько-господарської продукції», «Про електронну комерцію», «Про кібербезпеку» та ін., які відповідають реаліям цифрової епохи.

2. У китайському законодавстві щодо захисту прав споживачів існують прогалини. Зокрема, з точки зору системності, оскільки нормативні акти у цій сфері розрізнені, також є проблеми їх процесуальної реалізації, з притягнення до відповідальності у разі розкриття інформації про споживача або порушення прав на недоторканність приватного життя. Основними проблемами захисту прав споживачів у Китаї є: недобросовісна реклама; підроблені і неякісні товари; безпека платежів; розкриття особистої інформації в транзакціях. Про їх існування свідчить зростаюча кількість скарг споживачів про порушення своїх прав. Відповідно до державних програм, прийнятих у цій країні, законодавець посилить регулювання у сфері електронної торгівлі, починатися з прийняття закону щодо використання великих даних відповідно до закону.

3. Аналіз китайського споживчого законодавства свідчить про те, що подібні нормативно-правові акти прийняті й в Україні, їх структура і положення багато в чому схожі. Українському законодавцю необхідно запо-

зичити досвід Китаю з оновлення законодавства у напрямку прийняття нового закону «Про захист прав споживачів», оскільки він прийнятий у 1991 р., до формування ери цифрової економіки, і не відповідають новим реаліям.

Література

1. Бажов П. Закон КНР «Об электронной торговле»: новые правила бизнеса в интернете. URL: https://cnlegal.ru/china_economic_law/china_ecommerce_law_2019/ (дата обращения: 10.10.2019).
2. Е-комерція – шлях експорту до Піднебесної / Асоціація «Українсько-Китайського Співробітництва». URL: <http://aucc.org.ua/e-komertsiya-shlyah-eksportu-do-pidnebesnoyi/> (дата звернення: 12.09.2019).
3. О защите прав потребителей : Закон Китайской Народной Республики (в редакции 2013 г.). URL: https://chinalaw.center/civil_law/china_consumer_rights_protection_law_revised_2013_russian/ (дата обращения: 10.09.2019).
4. Руководящие принципы для защиты интересов потребителей : приняты Генеральной Ассамблеей ООН в резолюции 39/248 от 16 апреля 1985 г., расширены Экономическим и Социальным Советом в 1999 г. и пересмотрены Генеральной Ассамблеей в резолюции 70/186 от 22 декабря 2015 г. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/txnreg/depstanmer/consumer_rights/Documents/%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%BE%D0%BB%D1%8E%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%9E%D0%9E%D0%9D_%D0%97%D0%9F%D0%9F.pdf (дата обращения: 15.09.2019).
5. Yang Cui and Michael Tan. Protecting the people: China's Consumer Law. URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=bb1fd060-4d78-4a9f-9521-d753ffb9cf29> (date of the application: 20.09.2019).

А н о т а ц і я

Станкова І. М. Захист прав споживачів у цифрову епоху: досвід Китаю. – Стаття.

Розвиток ІТ-технологій призвів до того, що споживання вступило в еру онлайн-покупок, отже, і захист прав споживачів також зазнає змін. В Україні цей ринок також стрімко розвивається і за останній рік виріс на 30%, що є другим за швидкістю зростання показником у Європі. З огляду на випереджальний розвиток цього виду торгівлі в Китаї, який більшою мірою стикається із захистом прав споживачів в цифрову епоху, ніж Україна, корисним є вивчення досвіду цієї країни щодо захисту прав споживачів в нових умовах.

Розглянуто законодавство Китаю щодо захисту прав споживачів (базовий закон «Про захист прав споживачів» (в редакції 2013 р.), а також закони «Про якість продукції», «Про безпечність харчових продуктів», «Про якість та безпеку сільськогосподарської продукції», «Про електронну комерцію», «Про кібербезпеку» та ін.). Вказується, що в китайському законодавстві щодо захисту прав споживачів існують прогалини. Зокрема, з точки зору системності, нормативні акти у цій сфері розрізнені, також є проблеми їх процесуальної реалізації, з притягнення до відповідальності у разі розкриття інформації про споживача або порушення прав на недоторканність приватного життя. Визначено основні проблеми захисту прав споживачів в Китаї, серед яких: недобросовісна реклама; підроблені і неякісні товари; безпеку платежів; розкриття особистої інформації в транзакціях. Відзначається, що захист прав споживачів у сфері електронної торгівлі, згідно з державними програмами, повинен починатися з розуміння великих даних і використання великих даних відповідно до закону.

Ключові слова: захист прав споживачів у Китаї, національна споживча політика, споживчі права, споживча освіта.

С у м м а р у

Stankova I. M. Digital consumer protection: China's experience. – Article.

In recent decades, China has shown significant indicators of economic growth, which allowed it to take second place in the world in terms of economic development. The development of IT-technologies has led to the fact that consumption has entered the era of online shopping, therefore, consumer protection is also undergoing changes. The leader in e-commerce is China

(almost 50% of the global total). In Ukraine, this market is also developing rapidly and over the past year has grown by 30%, which is the second fastest growing indicator in Europe. Given the rapid development of this type of trade in China, which is more confronted with the protection of consumer rights in the digital era than Ukraine, it is useful to study the country's experience in protecting consumer rights in the new conditions.

The history of the development of consumer protection legislation in China is studied. Legal regulation in this area is based on a variety of laws and by-laws. The basic law is "On the Protection of Consumer Rights" in 1993 (as amended in 2013), as well as the laws "On Product Quality", "On Food Safety", "On Quality and Safety of Agricultural Products". The new version of the Consumer Protection Law has significantly updated the consumer protection regime in China in accordance with the new challenges of the digital age.

It is pointed out that there are gaps in Chinese consumer protection legislation. From the point of view of consistency, the existing regulatory acts in this area are scattered, there are also problems of their procedural implementation, providing for liability in case of disclosing information about the consumer or violating the rights to privacy. Requires additional regulation of evidence in consumer protection on the Internet.

The main problems of protecting consumer rights in China are: unfair advertising; fake and substandard goods; payment security; disclosure of personal information in transactions. It is noted that consumer protection in the field of electronic commerce, according to state programs, should begin with understanding big data and using big data in accordance with the law.

Key words: consumer protection, national consumer policy, consumer rights, consumer right to education.