

УДК 340.13: 338:004  
DOI: 10.36979/1694-500X-2022-22-11-142-151

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ  
ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДОК КАК ФОРМА РАЗВИТИЯ  
ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЙ**

*Н.С. Семенов, С.Р. Семенов*

*Аннотация.* Рассматриваются вопросы электронной коммерции на примере электронных торговых площадок Amazon, Wildberries и Alibaba. В статье приводится анализ профильных законов в электронной коммерции и информационных отношений, затрагивающих интернет-пространство на примерах Соединенных Штатов Америки, Российской Федерации, Китайской Народной Республики. В данной сфере выявлена совокупность локальных актов, которые регулируют общественные отношения на каждой из представленных электронных торговых площадок. Приведен анализ международного законодательства в области электронной коммерции и информационных отношений. Изучены и выявлены проблемы на законодательном уровне в области развития информационных отношений и электронной коммерции в Кыргызской Республике, направленных на дальнейшее развитие экономической составляющей электронной коммерции. Предоставлены рекомендации и предложения по улучшению информационных отношений в Кыргызской Республике.

*Ключевые слова:* информационные отношения; электронная коммерция; электронные торговые площадки; правила использования электронного ресурса.

---

**ЭЛЕКТРОНДУК СООДА ЖАНА МААЛЫМАТТЫК  
МАМИЛЕЛЕРДИ ӨНҮКТҮРҮҮ ФОРМАСЫ КАТАРЫ  
ЭЛЕКТРОНДУК СООДА АЯНТЧАЛАРЫН УКУКТУК ЖӨНГӨ САЛУУ**

*Н.С. Семенов, С.Р. Семенов*

*Аннотация.* Электрондук коммерция маселелери Amazon, Wildberries жана Alibaba электрондук соода платформаларынын мисалында каралат. Макалада Америка Кошмо Штаттарынын, Россия Федерациясынын, Кытай Эл Республикасынын мисалында интернет мейкиндигине таасир этүүчү электрондук соода жана маалыматтык мамилелердеги тиешелүү мыйзамдарга талдоо жүргүзүү келтирилген. Бул чөйрөдө сунушталган ар бир электрондук соода аянтчасында коомдук мамилелерди жөнгө салуучу жергиликтүү актылардын жыйындысы аныкталган. Электрондук коммерция жана маалыматтык мамилелер чөйрөсүндөгү эл аралык мыйзамдарга талдоо жүргүзүлгөн. Кыргыз Республикасындагы электрондук коммерциянын экономикалык компонентин андан ары өнүктүрүүгө багытталган маалыматтык мамилелерди жана электрондук коммерцияны өнүктүрүү чөйрөсүндөгү мыйзамдык деңгээлдеги көйгөйлөр изилденген жана аныкталган. Кыргыз Республикасындагы маалыматтык мамилелерди жакшыртуу боюнча сунуштар берилди.

*Түйүндүү сөздөр:* маалымат мамилелери; электрондук соода; электрондук соода аянтчалары; электрондук ресурсту колдонуу эрежелери.

LEGAL REGULATION OF ELECTRONIC TRADING PLANTS  
AS A FORM OF DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE  
AND INFORMATION RELATIONS

*N.S. Semenov, S.R. Semenov*

*Abstract.* The article considers the issues of e-commerce on the example of electronic trading platforms Amazon, Wildberries and Alibaba. The article provides an analysis of the relevant laws in e-commerce and information relations affecting the Internet space on the examples of the United States of America, the Russian Federation, the People's Republic of China. In this area, a set of local acts that regulate public relations on each of the presented electronic trading platforms has been identified. The analysis of international legislation in the field of electronic commerce and information relations is given. The problems at the legislative level in the field of development of information relations and e-commerce in the Kyrgyz Republic, aimed at further development of the economic component of e-commerce have been studied and identified. Provided recommendations and proposals for improving information relations in the Kyrgyz Republic.

*Keywords:* information relations; e-commerce; electronic trading platforms; rules for using an electronic resource.

Электронная коммерция в современном мире играет важную роль в установлении гражданских правовых отношений, при этом информационные отношения могут быть представлены как с применением частных инициатив, выраженных в виде электронных бирж, электронных торговых площадок, так и с позиции государственных программ, выраженных в форме цифровой экономики, информационной инфраструктуры [1, с. 124]. Основой для реализации электронной коммерции служат информационные отношения, выраженные в формате нормативных правовых актов (НПА), локальных актов, различных соглашений и международных НПА. Электронная торговая площадка представляет собой информационную торговую систему, которая дистанционно предоставляет возможность вести поиск, покупать и продавать товары и услуги, совершать различные сделки при помощи информационных технологий [2, с. 52], где сделки совершаются в режиме реального времени с практически любыми товарами и услугами, в зависимости от типа и назначения электронной торговой площадки и возможности взимания платы за каждую транзакцию, проводимую через данную площадку. Имеется ряд классификаций электронных торговых площадок в виде разделения на государственные и коммерческие, оптовые, розничные и смешанные (оптово-розничные), открытые и закрытые, многопрофильные и узкопрофильные, создаваемые продавцами, покупателями, третьими лицами и т. д. [2, с. 53]. В связи с данными параметрами, определяющими развитие электронной коммерции,

и для проведения сравнительного анализа были взяты электронные торговые площадки Amazon, Wildberries, Alibaba, а также и национальное законодательство ряда стран, по которому они регулируются: Соединенных Штатов Америки (США), Российской Федерации (РФ), Китайской Народной Республики (КНР). Дополнительно рассматриваются локальные акты, рекомендации, международное законодательство, которое связано с электронной коммерцией и информационными отношениями.

**Amazon.** Электронная торговая площадка Amazon является одним из крупных представителей электронной коммерции в мире, охват которого составляет более 245 стран. Регулируется законодательством США, локальными актами и различными соглашениями в области торговли. На уровне национального законодательства США можно отметить ряд НПА.

**Единый Закон об электронных сделках,** который установил порядок построения информационных отношений в области электронной коммерции с применением новых технологий, где стороны добровольно приняли решение о свершении сделки в электронном формате, с возможностью применения электронных подписей и электронных записей по банковским транзакциям в интернет-пространстве. В то же время данный Закон в соответствии со статьей 3 не применяется к электронным сделкам, связанным с составлением завещаний и доверительных трастов [3].

**Закон «О восстановлении доверия интернет-покупателей».** Устанавливает запрет

на взимание платы за уже проданный и оплаченный товар в интернет-пространстве. При этом информация по размещенному товару на интернет-магазинах/электронных торговых площадках должна обладать четкостью, полнотой и объективностью. Электронные ресурсы, оказывающие услуги по реализации товаров, не должны передавать личную информацию третьим лицам и вводить в заблуждение пользователей по фиктивным товарам и различным акциям. Если акция проводится, то должна иметь соответствующие требования и сроки) [4].

**Закон «Об электронных подписях в международной и национальной торговле».** Устанавливает правовые основы применения электронной подписи к сделкам и договорам. Согласно статье 101, электронная подпись или произведенная электронная запись имеет прямую юридическую силу по отношению к любой сделке и договору, совершенному в электронном виде. Кроме того, нотариус может заверять электронные документы своей электронной подписью. Дополнительно данный закон вводит понятие «электронный агент» – программа, которая функционирует в электронной среде. В то же время данная программа нивелирует субъекта права в традиционном понимании, что подтверждает Л.А. Михайлова, аргументируя, что при традиционном взаимоотношении классический агент обладает волей, а программа – нет [5, с. 188–189]. Чтобы наделить электронного агента полномочиями (выдать доверенность), необходимо дать команду и описать, в чем его действия будут заключаться. По классификации электронных агентов Л.А. Михайлова выделяет три вида: бот, агрегатор и автопилот. Наиболее подходящим к применению в электронных сделках является агрегатор, который становится электронным посредником между продавцом и покупателем. Бот в большинстве случаев выступает как консультант по вопросам товаров, услуг, юридическим особенностям и т. д. [6].

Важным законодательным актом США также является **Билль о правах потребителей** 1962 г., в котором устанавливаются базовые права потребителя, такие как право на безопасность, право на получение информации, право выбора, право на компенсацию и т. д. [7].

В дальнейшем, при развитии информационных отношений, в 2019 г. разрабатывается **проект Закона «О правах потребителей на конфиденциальность в интернете»**, представляющий собой закрепление принципа конфиденциальности пользователя в интернет-пространстве, но с введением цифровых прав на всех электронных ресурсах, в частности, права на доступ и прозрачность, права на удаление, права на исправление неточностей, права на контроль, права на безопасность данных, права на минимизацию данных (застрахованная организация не должна вести обработку и передачу данных сверх положенных запросов) [8].

Локальные акты представлены как акты, которые устанавливают правила взаимодействия различных субъектов права на данной электронной торговой площадке. Например, условия пользования электронной торговой площадкой с обозначением сервисов Amazon (Приложения, Медиатека, Видео и т. д.), авторского права, товарных знаков, лицензии, электронного счета, ведение комментариев/передача сообщений, цена, порядок возврата товара, решение споров [9]. Перечень лицензионных соглашений по программным продуктам Amazon включает в себя программное обеспечение, способное как предоставить различные возможности для пользователей (для покупки/продажи товаров) в виде Amazon mobile (с расширением для платформ iPhone, Android, IOS), так и представить права разработчиков и интересы третьих сторон [10]. Кроме того, существует **Положение о конфиденциальности**, где Amazon собирает данные о пользователях в виде запросов пользователей по категориям (книги, одежда и т. д.), данные об учетной записи (с идентификацией пользователя, IP-адресом персонального компьютера, количества запросов, поиском товаров, возрастом, полом, ФИО), в том числе данные о публикациях сообщений в открытых чатах – форумах, кредитной информации [11].

Имеются отдельные виды регламентирующих актов, сформированных в рамках различных соглашений на базе ассоциаций/союзов. Например, подобными актами в области реализации электронной коммерции на электронных торговых площадках по предоставлению

рекламы являются Принципы саморегулирования прозрачности и подотчетности в отношении рекламы, с политическими аспектами, которые были выработаны в рамках взаимодействия Альянса цифровой рекламы (Digital advertising alliance), куда входит организация Amazon [12]. Такими принципами являются мониторинг рекламы (проверка рекламы на выявление потенциальных угроз со стороны интернет-площадок и формирование электронного бюро жалоб и заявлений), прозрачность и отчетность кандидатов, обязательное соблюдение принципов саморегуляции. Данные принципы направлены на регулирование информационных отношений в области политических выборов компаний с вовлечением потенциального электората.

**Дополнительными актами**, которые также были сформированы в рамках Альянса цифровой рекламы, куда входит Amazon, являются:

- руководство по применению принципов саморегулирования в мобильной среде, где обозначается порядок взаимодействия мультиплатформ, приложений, геолокации пользователей, целевых ограничений, конфиденциальность и безопасность данных пользователей, которые используют электронные торговые площадки [13];
- межотраслевые принципы саморегулирования в области предоставления данных с различных сайтов, которые выражаются в виде защиты интеллектуальной собственности, аутентификации, верификации и системы безопасности пользователей, оплаты, ведение отчетности [14];
- межотраслевые принципы саморегулирования повседневной онлайн-рекламы, которые представляют собой выработанную систему принципов, направленную на обеспечение комфорта пользователей в интернет-пространстве. Основными принципами являются принцип образования, принцип прозрачности, принцип потребительского контроля, принцип безопасности данных, принцип конфиденциальности, принцип подотчетности и т. д. [15].

Отдельно, в целях соблюдения прав и свобод детей (юридически по законодательству США ребенком признается лицо в возрасте

до 13 лет), в интернет-пространстве выработан **Закон «О защите конфиденциальности детей в интернете»**, где операторы электронных ресурсов, включая электронные торговые площадки, обязаны соблюдать конфиденциальность и не распространять личную информацию (имя и фамилию, домашний адрес, географические данные, адрес электронной почты, номер телефона, номер социального страхования, различную информацию о ребенке и его родителях), что отображается в статье 6501, части 8 [16].

**Wildberries.** Электронная торговая площадка Wildberries представляет собой электронную площадку по покупке/продаже товаров различного назначения. Охватывает семь стран, включая ЕАЭС. Регулируется данная площадка в первую очередь законодательством Российской Федерации, в частности, **статьей 497 Гражданского Кодекса**, где закреплена правовая норма по продаже товара по образцам и дистанционным способом, и **статьей 26.1 «Дистанционный способ продажи товара» Закона «О защите прав потребителей»**. Пользователь знакомится с товаром по предложенным информационным материалам и характеристикам, расположенным на электронной площадке Wildberries, где посредством онлайн-оплаты (привязки к банковской карте) производит покупку товара. При этом заключается договор купли-продажи товара дистанционно, а исполненным считается с момента доставки товара в место его назначения. Если товар доставлен не был, то договор считается неисполненным, и покупатель может предъявить свои претензии к продавцу. Кроме того, до передачи товара покупателю, покупатель имеет право отказаться от данного товара, но при условии возмещения расходов продавцу. Главной особенностью данной электронной торговой площадки является отсутствие договоров, в которых должны отражаться отношения сторон, предмет договора, права и обязанности сторон и т. д. По факту реализуются только сделки, оформленные в виде безналичных расчетов и полной стоимости оплаты товара. Использование наличных средств не обозначено. На самом сайте <https://www.wildberries.ru/> обозначены только правила пользования электронной торговой площадкой, где в части 6 устанавливается, что Wildberries ведет обработку данных пользователей

(если пользователь дает запрет на обработку либо приостанавливает обработку персональных данных, то электронная торговая площадка должна прекратить обработку данных), может вести запись телефонных звонков, использовать файлы «cookies» (запись данных пользователя с возможностью его аутентификации, а также настроек программного обеспечения, персональных предпочтений и т. д.), ограничивать количество товара для покупателя (если покупка производится одновременно на один день совершения сделки), фиксировать IP-адрес пользователя, устанавливать и изменять условия акций и т. д. [17]. Права покупателей заключаются только в возможности отказаться от информационных рассылок, поступающих на e-mail или на сотовый телефон посредством sms-сообщений. Другие права покупателя не обозначены, определены только их обязанности. Например: покупатель обязан ознакомиться с данными правилами, обозначить действительные данные о себе (ФИО, пол, страна, пункт выдачи товара, номер банковской карты), произвести оплату товара (оплата товара производится в размере 100 %; понятие «частичная предоплата» не применяется), не использовать товар в предпринимательских целях.

Wildberries входит в Ассоциацию компаний интернет-торговли, которая на основе своего Устава занимается продвижением онлайн-сервисов в интернет-пространстве, разрабатывает стандарты обслуживания клиентов, внедряет интернет-практики, ведет защиту интересов своих членов и т. д. [18].

**Alibaba.** Электронная торговая площадка Alibaba регулируется в первую очередь национальным законодательством Китайской Народной Республики, в частности, **статьей 469 Гражданского Кодекса**, где стороны могут заключить договор в письменной, устной или иной форме [19]. Под иной формой подразумевается обмен электронными сообщениями и выработкой электронного договора. Кроме того, **статья 512 ГК** обозначает, что предметом электронного договора, заключенного в интернет-пространстве, могут быть различные вещи, размещенные в электронном виде, с возможностью их доставки до пункта назначения, либо услуги, которые должны быть оказаны в установленное время. На услуги отдельно формируется электронный/

печатный сертификат. **Статьи 8 и 9 Закона «О защите прав и интересов потребителей» КНР** закрепляют возможности свободного приобретения товаров и услуг в различных форматах, в том числе и в электронном виде, а также получение всей необходимой информации о товаре (услуге) и их характеристик, включая товары производителя, состав, вес, качество и т. д. [20].

В области локальных актов можно отметить следующие:

- **Правила пользования электронной торговой площадкой Alibaba** (устанавливают правила взаимоотношений, начиная с момента регистрации на самой электронной торговой площадке и заканчивая возможными спорами и уведомлениями) [21];
- **Положение о политике конфиденциальности**, которое регулирует вопросы сбора информации о пользователях. Сбор осуществляется по трем категориям, таким как добровольное предоставление информации пользователем (контактная информация, ФИО, номер телефона, электронной почты, наименование юридического лица и род деятельности, налоговые данные), информация, которая собирается автоматически (деловая переписка, обротка звонков, на именованние/тип/цена/количество приобретаемого товара покупателем либо проданного товара продавцом, данные по IP-адресу, программное обеспечение пользователей, файлы cookies) и информация, которая поступает от третьих лиц (в том числе, если пользователь зарегистрировался в социальных сетях, что может отражаться в виде ФИО, псевдонима, фотографии, страны, название организации контактных адресов) [22].

Информация персонального характера собирается электронной торговой площадкой Alibaba с целью идентификации личности, проверки безопасности информационных данных, верификации права пользователя на регистрацию в электронном ресурсе, ведения работы с установлением коммуникаций между оператором и пользователем (взаимодействие в области предоставления консультаций, решение ошибок и проблем работы электронного ресурса и т. д.),

ведения мониторинга безопасности учетной записи, ведения статистических и маркетинговых исследований.

Отдельно выработано **Руководство по взаимодействию Alibaba group с международными правоохранительными органами** по предоставлению информации о пользователях, где организация Alibaba, включая свои дочерние общества, предоставляет данные о пользователях, регистрируемых на данной электронной торговой площадке [23]. Но, прежде чем осуществить передачу данных, в соответствии с частью 4 данного руководства запрос должен быть представлен в форме подписанного заявления, где указаны полные контактные адреса, подтверждающие личность запрашиваемого лица данные, подробная информация лица, по которому осуществляется запрос (ФИО, псевдоним, контактные адреса, наименование электронного ресурса, список транзакций), причина запроса, основание для запроса (с обязательной отсылкой к национальному и международному законодательству). Кроме того, существует процедура раскрытия информации о пользователях правоохранительным органам в случае чрезвычайной ситуации, на что имеется специальная форма запроса, в которой обозначен порядок запроса личной информации о пользователях в случае возникшей угрозы национальной безопасности [24]. Если электронная торговая площадка Alibaba понесла определенные расходы по сбору и предоставлению информации, то она вправе требовать возмещение всех затрат от любого правоохранительного органа.

На международном уровне в области электронной коммерции и электронных торговых площадках используются нормы НПА:

- **Конвенция о вручении за границей судебных и внесудебных документов по гражданским или торговым делам** 1965 г., которая устанавливает порядок передачи судебного или внесудебного документа адресату с помощью почты, судебных/должностных лиц, участвовавших в судебном разбирательстве лиц [25]. К данной Конвенции прилагаются образцы запросов с целью подтвердить получение другой стороной по категориям: 1) судебные документы, касающиеся судебных разбирательств – повестки в суд, решения судов и т. д.; 2) внесудебные
- документы, не касающиеся судебных разбирательств – требования о платеже, уведомление о расторжении договора поставки, жалобы и т. д. [26];
- **Конвенция о получении за границей доказательств по гражданским или торговым делам** 1970 г., которая устанавливает порядок передачи и исполнения судебных поручений между судами, а также с уполномоченными лицами, с целью упрощения процессуальных действий между различными судебными системами) [27];
- **типовые законы ЮНСИТРАЛ об электронной торговле** 1996 г. [28], **об электронных подписях** 2001 г. [29] и **об электронных передаваемых записях** 2017 г. [30], которые устанавливают порядок взаимодействия субъектов права в области электронной коммерции и электронной подписи. При этом признаются обязательства, составленные между сторонами, как в письменной форме, так и в электронной форме, где типовые законы позволяют расширить толкование международных конвенций и способствовать гармонизации законодательства различных стран мира. В то же время электронная запись представляет собой информацию, сформированную и хранящуюся при помощи электронных средств, направленную на подтверждение юридического действия, сделок в электронном виде, с учетом их приравнивания к печатным документам;
- **Конвенция ООН об использовании электронных сообщений в международных договорах** 2005 г., которая подтверждает важность и правовой статус электронных сообщений при совершении сделок в электронной форме по заключению и исполнению договоров между сторонами, включая их признания как доказательство при подаче иска в суд. Применяется в соответствии со статьей 1 к коммерческим предприятиям, которые находятся в разных государствах) [31].

**Выводы.** Проведенный правовой анализ электронных торговых площадок на примере Amazon, Wildberries и Alibaba показывает следующее:

1. Наличие обязательных первоочередных национальных правовых регуляторов в области электронной коммерции (в США – Единый Закон об электронных сделках, Закон «Об электронных подписях в международной и национальной торговле», Закон «О восстановлении доверия интернет-покупателей»; в РФ – Гражданский Кодекс, Закон «О защите прав потребителей»; в КНР – Гражданский Кодекс). Демонстрирует наиболее большой охват проработанности электронной коммерции в США, где существуют как основные НПА, так и дополнительные.

2. Наличие профильных законов по защите прав потребителей (в США – Билль о правах потребителей, Закон «О защите прав потребителей»; в КНР – Закон «О защите прав и интересов потребителей»; в РФ – «О защите прав потребителей»). Кроме того, в США был разработан проект Закона «О правах потребителей на конфиденциальность в интернете» как один из регуляторов защиты информационных отношений в интернет-пространстве. Отдельно функционирует Закон «О защите конфиденциальности детей в интернете», позволяющий защитить права детей, а также их родителей при совершении юридически действительных действий и сделок.

3. Наличие локальных актов электронных торговых площадок (в основном, правила и руководства для пользователей). Большой охват проработанности у Amazon и Alibaba, где учтены вопросы пользования электронной торговой площадкой, конфиденциальности, безопасности данных. Alibaba имеет отдельное положение по раскрытию личной информации о пользователе правоохранительным органам, со своей формой передачи данных, включая чрезвычайную ситуацию. Wildberries обладает только правилами пользования торговой площадкой, каких-либо дополнительных положений у него нет.

4. Наличие отдельных принципов, методик, руководств в контексте профессиональных ассоциаций/союзов электронных торговых площадок. Наиболее большой охват у Amazon, что выражается в наличии принципов саморегулирования прозрачности и подотчетности в отношении рекламы, руководства по применению принципов саморегулирования в мобильной среде, межотраслевых принципов саморегулирования

в области предоставления данных с различных сайтов. В свою очередь, какие-либо принципы, методики или руководства у Alibaba и Wildberries в открытом доступе не представлены.

5. Наличие международных НПА выражается в виде Конвенции о вручении за границей судебных и внесудебных документов по гражданским или торговым делам 1965 г., Конвенции о получении за границей доказательств по гражданским или торговым делам 1970 г., Типовых законов ЮНСИТРАЛ об электронной торговле 1996 г., об электронных подписях 2001 г. и об электронных передаваемых записях 2017 г., Конвенции ООН об использовании электронных сообщений в международных договорах 2005 г.

Представленный опыт США, РФ и КНР на примере электронных торговых площадок Amazon, Wildberries, Alibaba позволит расширить построение информационных отношений в Кыргызской Республике (КР). Де-факто пользователи КР приобретают различные товары и услуги с различных электронных торговых площадок, пройдя регистрацию и обладая банковским расчетным счетом, что подтверждается статьей 2 Закона «О платежной системе КР», где закреплены такие понятия, как «безналичный расчет», «интернет-банкинг», «мобильный-банкинг» [32]. Но существуют определенные проблемы в сфере информационных отношений в области электронной коммерции КР:

1. Отсутствуют цифровые права пользователя, которые должны быть закреплены посредством НПА. Это позволит пользователю юридически установить прямое взаимодействие с другими субъектами права (оператор, владелец электронного ресурса, правообладатель), связанными в построении информационных отношений. Сформировать классификацию цифровых прав, выраженную в виде права на управление информацией, права на редактирование, права на удаление, права на хранение и т. д. В РФ введена правовая норма о цифровых правах (статья 141.1) в Гражданский Кодекс 2019 г., где с одной стороны был сформирован отдельный объект прав, реализуемый в информационной системе [33, с. 90], с другой стороны цифровые права были закреплены как форма распоряжения

цифровыми активами и информацией в целом [34, с. 86–87].

2. Нет механизма идентификации электронных платежных документов (поручений) со стороны пользователей, другими словами, проверку на действительность такого документа. Таким образом, должна быть разработана привязка к электронным реестрам баз данных по КР. В КР, в соответствие со статьей 9 Закона «О платежной системе КР», электронный платежный документ для придания ему юридической силы должен содержать подтверждение, выраженное в виде электронной подписи, электронной записи или других средств информационной безопасности, но в данном законе не обозначена функция проверки таких документов со стороны пользователей, что может привести к мошенничеству в интернет-пространстве.

3. Отсутствует профильный НПА по защите прав детей в интернет-пространстве, где владельцы электронных торговых площадок и иных электронных ресурсов должны соблюдать конфиденциальность о ребенке, не распространять полученную информацию о ребенке третьим лицам, как это происходит в США на основании Закона «О защите конфиденциальности детей в интернете». В Кодексе КР о детях отсутствует норма о правах детей на информацию и обеспечение их безопасности. Косвенно статья 16 данного кодекса устанавливает защиту чести, достоинства личности ребенка без какой-либо конкретизации в области информационных отношений [35].

4. Отсутствует профиль «информационное право» или «международное информационное право» по направлению юриспруденция как для квалификации бакалавр, так и для квалификации магистр в вузах КР. С развитием информационных отношений и построения информационного общества следует обратить внимание на введение «информационного права» или «международного информационного права» в вузах КР в связи с доминированием интернет-пространства в мире. Это подтверждается пунктом 17 Концепции информационной безопасности КР на 2019–2023 гг., где обозначено, что на 3 квартал 2018 г. в КР официально зарегистрированы 5 028 889 пользователей, которые приобретают

интернет-услуги [36]. Обычно в вузах в учебном плане закрепляется только «информационное право», и под него формируется УМК.

#### **Предложения:**

1. Разработать концепт цифровых прав для пользователей интернет-пространства [37, с. 122]. Ранее, в 2021 г., описана такая же ситуация на примере игровых онлайн-сервисов.

2. Разработать и внедрить механизм проверки электронных платежных документов (поручений) со стороны пользователей. Для этого необходимо разработать реестры баз данных по пользователям, чтобы иметь возможность проверки таких документов в режиме онлайн.

3. Решить вопрос с правами ребенка в интернет-пространстве. Для это предполагается два этапа: а) Внести соответствующие изменения в Кодекс о детях КР, в частности, добавить статью 16-1 – основные гарантии прав ребенка в области информации, где указать следующее: 1) каждый ребенок имеет право на получение информации; 2) государство принимает меры с целью обеспечения защиты ребенка от негативной информации и вводит требования к электронным ресурсам в соответствии с законодательством КР; 3) каждый ребенок, использующий интернет-пространство как пользователь, обладает цифровыми правами, где право на конфиденциальность является обязательным, что позволит расширить действующий Кодекс КР о детях; б) Разработать новый НПА о цифровых правах, уже со всей классификацией цифровых прав, с указанием субъектов права (пользователь, оператор, владелец электронного ресурса и т. д.), регулированием недобросовестной информации в отношении детей и их законных представителей.

4. Разработать и внедрить профиль «информационное право» или «международное информационное право» по направлению юриспруденция для квалификаций бакалавр и магистр в вузах страны. Это позволит подготовить профильных специалистов в области информационного права для рынка образования КР. Для этого необходимо сформировать комплект документов (основная образовательная программа, модель выпускника, матрица компетенций, учебный, каталог элективных дисциплин, наличие

различных видов практик, научно-исследовательской работы студентов и т. д.) и утвердить посредством локальных актов внутри вуза. Последний утвержденный государственный стандарт по направлению юриспруденции ограничений на разработку различных профилей не вводит, за исключением обязательных компетенций (универсальные и профессиональные) [38]. Дополнительные профессиональные компетенции вырабатывает каждый вуз в соответствии со своим профилем.

Все перечисленные предложения будут способствовать развитию законодательства в области электронной коммерции и информационных отношений в КР, развитию экономической и правовой составляющей цифровых процессов.

Поступила: 08.04.22; рецензирована: 22.04.22;  
принята: 26.04.22.

#### Литература

1. Семенов Н.С. Электронное правительство и информационные отношения / Н.С. Семенов, С.Р. Семенов // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. 2021. Т. 21. № 7.
2. Гаврилов Л.П. Электронная коммерция: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л.П. Гаврилов. М.: Юрайт, 2019.
3. Electronic transaction act 1999. Uniform law commission. URL: <https://www.uniformlaws.org/viewdocument/final-act-21?CommunityKey=2c04b76c-2b7d-4399-977e-d5876ba7e034&tab=librarydocuments> (дата обращения: 12.04.2022).
4. Restore online shoppers confidence act. Federal trade commission. URL: <https://www.ftc.gov/system/files/documents/statutes/restore-online-shoppers-confidence-act/online-shoppers-enrolled.pdf> (дата обращения: 12.04.2022).
5. Михайлова Л.А. О проблеме квалификации электронного агента в трансграничных агентских отношениях / Л.А. Михайлова // Вестник Университета им. О.Е. Кутафина. 2019. № 10(62).
6. Electronic signatures in global and national commerce act. Foreign trade information system. URL: <http://www.sice.oas.org/e-comm/legislation/us.asp> (дата обращения: 12.04.2022).
7. Consumer Bill of rights. March 15, 1962. URL: <https://www.mass.gov/service-details/consumer-bill-of-rights> (дата обращения: 12.04.2022).
8. S.2968 – Consumer online privacy rights act. Congress USA. URL: <https://www.congress.gov/bill/116th-congress/senate-bill/2968/text> (дата обращения: 12.04.2022).
9. Conditions of use. Amazon. URL: [https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=508088&ref\\_=footer\\_cou](https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=508088&ref_=footer_cou) (дата обращения: 12.04.2022).
10. 3rd Party Licensing Notice. Amazon. URL: [https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?ref\\_=hp\\_left\\_v4\\_sib&nodeId=G202074990](https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?ref_=hp_left_v4_sib&nodeId=G202074990) (дата обращения: 12.04.2022).
11. Privacy notice. Amazon. URL: [https://aws.amazon.com/privacy/?nc1=f\\_pr](https://aws.amazon.com/privacy/?nc1=f_pr) (дата обращения: 12.04.2022).
12. Application of the self-regulatory principles of transparency & accountability to political advertising. Digital advertising alliance. URL: [https://aboutpoliticalads.org/sites/politic/files/DAA\\_files/DAA\\_Self-Regulatory\\_Principles\\_for\\_Political\\_Advertising\\_May2018.pdf](https://aboutpoliticalads.org/sites/politic/files/DAA_files/DAA_Self-Regulatory_Principles_for_Political_Advertising_May2018.pdf) (дата обращения: 12.04.2022).
13. Application of self-regulatory principles to the mobile environment. Digital advertising alliance. URL: [https://digitaladvertisingalliance.org/sites/aboutads/files/DAA\\_files/DAA\\_Mobile\\_Guidance.pdf](https://digitaladvertisingalliance.org/sites/aboutads/files/DAA_files/DAA_Mobile_Guidance.pdf) (дата обращения: 12.04.2022).
14. Self-regulatory principles for multi-site data. Digital advertising alliance. URL: [https://digitaladvertisingalliance.org/sites/aboutads/files/DAA\\_files/Multi-Site-Data-Principles.pdf](https://digitaladvertisingalliance.org/sites/aboutads/files/DAA_files/Multi-Site-Data-Principles.pdf) (дата обращения: 12.04.2022).
15. Self-regulatory principles for online behavioral advertising. Digital advertising alliance. URL: [https://digitaladvertisingalliance.org/sites/aboutads/files/DAA\\_files/seven-principles-07-01-09.pdf](https://digitaladvertisingalliance.org/sites/aboutads/files/DAA_files/seven-principles-07-01-09.pdf) (дата обращения: 12.04.2022).
16. Children's online privacy protection Act of 1998. 15 U.S.C. 6501–6505 children's privacy. Federal trade commission. URL: <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/rules/childrens-online-privacy-protection-rule-coppa> (дата обращения: 12.04.2022).
17. Правила пользования торговой площадкой «Wildberries». Wildberries. URL: <https://www.wildberries.ru/services/pravila-polzovaniya-torgovoy-ploshchadkoy> (дата обращения: 12.04.2022).
18. Устав Ассоциации компаний Интернет-торговли (редакция № 5). Утвержден Общим собранием членов Ассоциации компаний интернет-торговли Протокол № 11-19 от 11 ноября 2019 г. URL: <https://admin.akit.ru/wp-content/>

- uploads/2021/12/Ustav-AKIT-redaktsiya-5.pdf (дата обращения: 12.04.2022).
19. Civil code of the People's Republic of China. Adopted at the Third Session of the thirteenth National People's Congress on May 28, 2020. URL: <http://www.npc.gov.cn/englishnpc/c23934/202012/f627aa3a4651475db-936899d69419d1e/files/47c16489e186437e-ab3244495cb47d66.pdf> (дата обращения: 12.04.2022).
  20. Law of the People's Republic of China on the protection of the rights and interests of consumers. Adopted 1994.01.01 / Ministry of commerce People's Republic of China. URL: <http://english.mofcom.gov.cn/aarticle/lawsdata/chineselaw/200211/20021100053545.html#:~:text=A%20consumer%20shall%20have%20the%20right%20to%20fair%20terms%20of,coercive%20transactions%20by%20business%20operators> (дата обращения: 12.04.2022).
  21. Terms of use. Alibaba. URL: <https://rulechannel.alibaba.com/icbu?type=detail&ruleId=2041&cId=1307#/rule/detail?cId=1307&ruleId=2041> (дата обращения: 12.04.2022).
  22. Privacy police. Alibaba. URL: <https://rulechannel.alibaba.com/icbu?type=detail&ruleId=2034&cId=1306#/rule/detail?cId=1306&ruleId=2034> (дата обращения: 12.04.2022).
  23. Alibaba group – E-commerce platforms international law enforcement user information request guide. Alibaba. URL: [https://www.alibabagroup.com/en/contact/law\\_e-commerce?spm=a2700.8293689.0.0.118767afBUulzJ&tracelog=footer\\_rule\\_5038](https://www.alibabagroup.com/en/contact/law_e-commerce?spm=a2700.8293689.0.0.118767afBUulzJ&tracelog=footer_rule_5038) (дата обращения: 12.04.2022).
  24. Emergency law enforcement user information disclosure request form. Alibaba. URL: [https://docs.alibabagroup.com/assets2/pdf/Emergency\\_Law\\_Enforcement\\_User\\_Information\\_Disclosure\\_Request\\_Form.pdf](https://docs.alibabagroup.com/assets2/pdf/Emergency_Law_Enforcement_User_Information_Disclosure_Request_Form.pdf) (дата обращения: 12.04.2022).
  25. Конвенция о вручении за границей судебных и внесудебных документов по гражданским или торговым делам. Гаага, 15 ноября 1965 г. URL: <https://assets.hcch.net/docs/59e4d568-1d18-4731-805b-54b1564f3aac.pdf> (дата обращения: 12.04.2022).
  26. Практическое руководство по применению Гаагской конвенции о вручении за границей судебных и внесудебных документов. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/T1700000338> (дата обращения: 12.04.2022).
  27. Конвенция о получении за границей доказательств по гражданским или торговым делам. 18 марта 1970 г. URL: <https://docs.cntd.ru/document/901756161> (дата обращения: 12.04.2022).
  28. Типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронной торговле 1996 г. URL: [https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/v1504119\\_ebook.pdf](https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/v1504119_ebook.pdf) (дата обращения: 12.04.2022).
  29. Типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронных подписях 2001 г. URL: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/pdf/uncitral.pdf](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pdf/uncitral.pdf) (дата обращения: 12.04.2022).
  30. Типовой закон ЮНСИТРАЛ об передаваемых записях 2017 г. URL: [https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/ru/mletr\\_ebook\\_r.pdf](https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/ru/mletr_ebook_r.pdf) (дата обращения: 12.04.2022).
  31. Конвенция ООН об использовании электронных сообщений в международных договорах. Принята резолюцией 60/21 Генеральной Ассамблеи от 23 ноября 2005 г. URL: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/elect\\_com.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/elect_com.shtml) (дата обращения: 12.04.2022).
  32. Закон Кыргызской Республики «О платежной системе Кыргызской Республики». Принят от 21 января 2015 г. № 21. URL: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/205425> (дата обращения: 12.04.2022).
  33. Агибалова Е.Н. Цифровые права в системе объектов гражданских прав / Е.Н. Агибалова // Юридический вестник ДГУ. 2020. Т. 33. № 1.
  34. Родина Т.Ю. Цифровые права: новое в гражданском законодательстве / Т.Ю. Родина // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 32.
  35. Кодекс Кыргызской Республики о детях. Принят от 10 июля 2012 г. № 100. URL: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/203700?cl=ru-ru#%D1%8012> (дата обращения: 12.04.2022).
  36. Концепция информационной безопасности Кыргызской Республики на 2019–2023 годы. Утверждена Постановлением Правительства Кыргызской Республики от 3 мая 2019 г. № 209. URL: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/13652> (дата обращения: 12.04.2022).
  37. Семенов Н.С. Некоторые вопросы игровых онлайн-сервисов / Н.С. Семенов // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. 2021. Т. 21. № 7.
  38. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению 530500 «Юриспруденция», квалификация «Бакалавр». Утвержден Приказом Министерства образования и науки Кыргызской Республики от 21 сентября 2021 г. № 1578/1.