

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА  
ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМАХ В ИНДИИ В СВЯЗИ С ДЕЙСТВИЕМ ЗАКОНА О  
ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ 2019 г. И ПРАВИЛ ЗАЩИТЫ ПРАВ  
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ) 2020 г.  
Саяпин С.П.**

*Саяпин Сергей Петрович – младший научный сотрудник сектора гражданского и предпринимательского права,  
ФГБУН Институт государства и права Российской академии наук (ИГП РАН),  
г. Москва*

**Аннотация:** закон о защите прав потребителей 2019 г. и Правила защиты прав потребителей (электронная коммерция) 2020 г. значительным образом обновили общую структуру и подход к правовому регулированию защиты прав и законных интересов потребителей товаров и услуг с использованием цифровых платформ в Индии в цифровую эпоху. Автор статьи рассматривает основные аспекты и особенности нового правового регулирования.

**Ключевые слова:** цифровые платформы, цифровизация, цифровая экономика, правовое регулирование цифровых платформ в Индии, законодательство Индии о цифровых платформах, потребители товаров и услуг с использованием цифровых платформ.

**LEGAL REGULATION OF CONSUMER PROTECTION ON DIGITAL PLATFORMS  
IN INDIA IN CONNECTION WITH THE CONSUMER PROTECTION ACT 2019 AND  
THE CONSUMER PROTECTION (ELECTRONIC COMMERCE) RULES 2020.**

**Sayapin S.P.**

*Sayapin Sergey Petrovich - junior researcher of the sector of civil and business law,  
INSTITUTE OF STATE AND LAW OF THE RUSSIAN ACADEMY OF SCIENCES (ISL RAS),  
MOSCOW*

**Abstract:** the Consumer Protection Act, 2019 and the Consumer Protection (E-Commerce) Rules, 2020 have significantly updated the overall framework and approach to the legal regulation of protecting the rights and legitimate interests of consumers of goods and services using digital platforms in India in the digital era. The author of the article examines the main aspects and features of the new legal regulation.

**Keywords:** digital platforms, digitalization, digital economy, legal regulation of digital platforms in India, Indian legislation on digital platforms, consumers of goods and services using digital platforms.

УДК 347

Базовыми нормативными актами по регулированию цифровых платформ, с использованием которых осуществляется оборот товаров и услуг в Индии, являются:

- Закон об информационных технологиях 2000 г.[1];
- Закон о защите прав потребителей 2019 г.[2];
- Правила защиты прав потребителей (электронная коммерция) 2020 г. [3].

Закон о защите прав потребителей 2019 г. (далее по тексту – Закон 2019 г.) заменил ранее действовавший закон 1986 г. [4] Ключевые положения нового правового акта заключаются, в основном, в следующем:

- Создается Центральное управление по защите прав потребителей (далее по тексту – Центральное управление, Управление). На Центральное управление возлагается обязанность регулировать случаи, связанные с недобросовестной конкуренцией, вводящей в заблуждение рекламой и нарушением прав и законных интересов потребителей. В компетенцию Управления, в том числе, входит право налагать на нарушителей штраф и отдавать приказы об отзыве товаров или услуг. Центральное управление возглавляется генеральным директором и имеет в своей структуре специальное следственное подразделение для расследования выявленных правонарушений;

- Предусмотрено создание специальных Комиссий по разрешению споров одной из сторон которых являются потребители. Система работы Комиссий построена по трехзвенной структуре: на государственном уровне, уровне штата и на уровне индийского округа. На Комиссию по разрешению споров с потребителями возложена обязанность рассматривать жалобы, связанные с: необоснованным завышением цены; недобросовестной конкуренцией; куплей-продажей товаров и услуг, которые могут представлять опасность для жизни; куплей-продажей некачественных товаров или услуг и др.;

- Закон 2019 г. предоставляет потребителям: право обладать информацией о количестве, качестве, цене на товар или услугу; право быть защищенным от опасных товаров и услуг; право быть защищенным от недобросовестной конкуренции; иметь выбор между различными товарами или услугами по конкурентным ценам и др.

Правила защиты прав потребителей 2020 г. (далее по тексту – Правила 2020 г.) расширяют сферу правового регулирования защиты прав потребителей применительно к электронной коммерции [5]

Правила 2020 г. применяются ко всем правовым отношениям, объектом которых являются товары и услуги, находящихся в обороте с использованием информационно-телекоммуникационных сетей (в том числе сети «Интернет»), товарам и услугам, имеющим электронно-цифровую форму, а также ко всем моделям электронной коммерции. При этом, Правила 2020 г. не применяются к деятельности физического лица, осуществляемой им в личных целях, не являющейся его профессиональной или коммерческой (предпринимательской) деятельностью, осуществляемой на регулярной основе.

Субъектами правовых отношений, урегулированных Правилами 2020 г. являются не только резиденты Индии, но и иные субъекты правоотношений электронной коммерции, которые хотя и не зарегистрированы на территории Индии (могут, в том числе, не иметь филиалов или представительств), однако систематически предлагают свои товары или услуги потребителям на территории страны [6][7].

К организациям, осуществляющим свою деятельность на рынке, относятся как предприятия, предоставляющие информационно-технологическую платформу для облегчения совершения сделок, так и предприятия, реализующие свои товары и услуги потребителям непосредственно. Следует отметить, что под термином «потребитель» понимается любое лицо, приобретающее товар или услугу для личных нужд, поэтому лица, приобретающие товар или услугу для дальнейшего «коммерческого использования» потребителями по смыслу Правил 2020 г. не являются. Правила 2020 г. не регулируют правовые отношения, предметом которых являются купля-продажа товаров и услуг, осуществляемые организациями в целях дальнейшего осуществления ими коммерческой (предпринимательской) деятельности. В тоже время, индивидуальные предприниматели и партнерства не исключаются из определения потребителя, если они приобретают товаров или услуги в целях самозанятости. В соответствии с Правилами они, все же, будут считаться «потребителями».

Правила 2020 г. вводят в правовое поле термин «пользователь», который имеет более широкое понятие, чем потребитель, и включает в себя любое лицо, которое получает доступ к цифровой платформе с использованием информационно-телекоммуникационной сети (в том числе сети «Интернет»). Пользователем может быть, как физическое, так и юридическое лицо. В дополнение к обязанностям в отношении защиты прав потребителей, организации, являющиеся операторами цифровых платформ на которых совершается оборот товаров и услуг, обязаны предоставлять пользователям конкретную информацию о продавцах (поставщиках товаров и услуг) на своей цифровой платформе, товарах или услугах, доступных на платформе, и способах оплаты. Таким образом, хотя Правила 2020 г. предполагают регулирование отношений, где одной из сторон является потребитель, отсылка на «пользователя» порождает некоторую двусмысленность в вопросе о том, обязаны ли операторы товарных цифровых платформ предоставлять указанную информацию, в том числе, пользователям, которые не относятся к категории потребителей [8][9].

Кратко перечислим основные обязанности субъектов электронной коммерции – операторов цифровых платформ. Оператор обязан:

- размещать на цифровой платформе основные сведения о своей организации: наименование, контактные данные, адрес местонахождения и др.;
- создать механизм рассмотрения жалоб потребителей, включая номер телефона службы поддержки и сведения об ответственном лице за рассмотрение жалоб на цифровой платформе;
- указывать наименование и реквизиты импортера товара или услуги, если они импортируются;
- обеспечить, чтобы согласие потребителя на приобретение товаров или услуг выражалось явным и недвусмысленным действием, а не в автоматическом режиме.

Кроме того, операторы цифровой платформы обязаны доводить до сведения пользователей всю необходимую информацию. В частности, здесь имеются ввиду сведения, позволяющие потребителям принимать обоснованные решения при приобретении ими товаров или услуг (т.е. данные об основных характеристиках товара или услуги; способах оплаты; сведения о рейтинге продавца и др.).

Продавцы (поставщики), предлагающие товары или услуги на цифровых платформах обязаны предоставлять сведения о своем лице, основные характеристики товара или услуги, цену на товар или услугу, сведения о стране происхождения товара или услуги, импортере и производителе, сведения о доставке, гарантии возврата (если возврат возможен), а также иные сведения, предусмотренные Правилами 2020 г. Кроме того, продавцы обязаны иметь предварительный письменный договор с соответствующим оператором цифровой платформы, где предлагаются товары или услуги продавца, а также обеспечить достоверность сведений и назначить ответственное лицо за своевременное рассмотрение жалоб потребителей. Указанное требование о назначении ответственного лица за рассмотрение жалоб потребителей, конечно, может быть повлечет за собой довольно крупные издержки для мелких продавцов, однако Правила 2020 г. не предусматривают для них каких-либо изъятий.

В целом, Правила 2020 г. обязывают всех субъектов электронной торговли (в том числе операторов цифровых платформ и поставщиков товаров и услуг) воздерживаться от использования недобросовестной конкуренции; взимания платы за отмену покупки товара или услуги; манипулирования ценами; дискриминации потребителей и иных недобросовестных торговых практик. Закон о защите прав потребителей 2019 г. и Правила защиты прав потребителей (электронная коммерция) 2020 г. заложили

основу правового регулирования отношений с участием потребителей товаров и услуг на цифровых платформах в Индии.

#### *Список литературы / References*

1. The Information Technology Act, 2000. – URL: [https://www.indiacode.nic.in/bitstream/123456789/13116/1/it\\_act\\_2000\\_updated.pdf](https://www.indiacode.nic.in/bitstream/123456789/13116/1/it_act_2000_updated.pdf) (дата обращения: 03.06.2024).
2. Consumer Protection Act, 2019. – URL: <https://consumeraffairs.nic.in/sites/default/files/CP%20Act%202019.pdf> (дата обращения: 03.06.2024).
3. Consumer Protection (E-Commerce) Rules, 2020. – URL: [https://www.thc.nic.in/Central%20Governmental%20Rules/Consumer%20Protection%20\(E-Commerce\)%20Rules,%202020.pdf](https://www.thc.nic.in/Central%20Governmental%20Rules/Consumer%20Protection%20(E-Commerce)%20Rules,%202020.pdf) (дата обращения: 03.06.2024).
4. *Chawla N, Kumar B.* (2022) E-Commerce and Consumer Protection in India: The Emerging Trend. *Journal of Business Ethics*. 180(2). P. 581–604. doi: 10.1007/s10551-021-04884-3.
5. *Jehirul I.* Regulating and resolving disputes in e-commerce transactions: Indian consumer protection perspective // *Russian Law Journal*. – 2023. – №5. – P. 1076–1083.
6. *Ayilyath M.* (2020). Consumer protection in E-commerce transactions in India—need for reforms, SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3571069>.
7. *Agag G.* (2019). E-commerce ethics and its impact on buyer repurchase intentions and loyalty: An empirical study of small and medium Egyptian businesses. *Journal of Business Ethics*. 154. P. 389–410. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3452-3>
8. *Majithia V.* (2019). The changing landscape of intermediary liability for E-commerce platforms: Emergence of a new regime. *International Journal of Law and Technology*, 15, P. 470–493.
9. *Singh R.K.* (2019). E-commerce in India: Opportunities and challenges, In: *Proceedings of 10th international conference on digital strategies for organizational success*. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3315048>.