

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ): ПОНЯТИЕ И СОДЕРЖАНИЕ

Татьяна Горупа

Статья посвящена проблемам уяснения содержания международных стандартов защиты прав потребителей товаров (работ, услуг). Экономическая безопасность государства, регионального экономического союза государства основывается в том числе и на грамотной потребительской политике, которая в настоящее время приобрела новые качества в связи с проблемами мирового экономического кризиса и появлением новых вызовов и угроз. По этой причине международные стандарты защиты прав потребителей нуждаются в скорейшем внедрении в законодательство региональных интеграционных образований и национальное законодательство ввиду его апробирования и одобрения в международных практиках. Автор приходит к выводам о системном закреплении международных стандартов по защите прав потребителей в ряде международных документов, постепенной «экологизации» международного потребительского законодательства ввиду господства постмодернистских теорий, зависимости реализации международных стандартов устойчивости развития любой сферы потребления от трех субъектов — государства, бизнеса и потребителей как представителей гражданского общества, а также о необходимости развития электронной торговли как гарантии экономической безопасности государства и региона.

Ключевые слова: безопасность товаров (работ, услуг); международные стандарты; потребительская политика; права потребителей; права человека; рациональное потребление; устойчивое потребление; электронная торговля.

«International Standards as a Conceptual Framework for Improving Consumer Protection» (Tatsiana Harupa)

Issues in the interpretation of the international standards on individual consumer protection are considered. A functional consumer protection framework is a key aspect of economic security of states and regional economic alliances. Consumer protection is also evolving to respond to the new threats and challenges of the global economic crisis. Implementing the international standards on consumer protection in the national legal framework and regional treaties are viewed as a matter of urgency. From a review of a selection of international legal instruments, the author identifies several systemic trends in the evolution of consumer protection standards, including an emphasis on the environment and sustainable consumption, and facilitation of e-trade as a mechanism for strengthening the economic security of states and regions.

Keywords: consumer policy; consumer rights; electronic commerce; human rights; international standards; rational consumption; safety of goods (works, services); sustainable consumption.

Социально-экономические права человека и их защита как никогда актуальны в век глобализационных проблем, требующих обеспечения экономической безопасности как отдельных регионов и государств, так и отдельных субъектов гражданского оборота. Человек, потребляющий товары (работы, услуги), находится в невыгодной позиции слабой стороны договора обязательственных правоотношений, так как он не обладает знаниями, ресурсами и специальными компетенциями, в отличие от

его контрагента-предпринимателя — продавца, изготовителя, исполнителя. Положение современного потребителя осложняется новыми вызовами и угрозами, обусловленными проблемами мирового экономического кризиса, возникшего вследствие пандемии COVID-19. В этой ситуации сейчас находится потребитель любой страны, который как никогда ранее нуждается в исследовании своих прав, экономического и правового положения по причине появления новых вызовов и угроз.

Автор:

Горупа Татьяна Александровна — кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой гражданско-правовых дисциплин юридического факультета Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина, e-mail: gorupa.brsu@mail.ru
Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина. Адрес: 21, бул. Космонавтов, Брест, 224016, БЕЛАРУСЬ

Author:

Harupa Tatsiana — Candidate of Law, Associate Professor, Head of the Department of Civil Law Disciplines of the Law Faculty, Brest State A. S. Pushkin University, e-mail: gorupa.brsu@mail.ru
Brest State A. S. Pushkin University. Address: 21, Kosmonavtov Boul., Brest, 224016, BELARUS

В юридической литературе «международные правовые стандарты рассматриваются как закрепленные в общепризнанных актах положения, в которых установлены основные права и свободы, а также обязанности лиц, находящихся под юрисдикцией мирового сообщества государств» [12, с. 265]. В связи с этим международные стандарты защиты прав потребителей как квинтэссенция всех мировых достижений в этой области нуждаются в детальном изучении и скорейшем внедрении в региональные и национальные законодательства ввиду их апробирования и одобрения в международных практиках.

Цель данной статьи состоит в необходимости проведения комплексного теоретико-правового исследования содержания международных стандартов по защите прав потребителей, возможности их реализации в региональных интеграционных и национальных правовых системах.

Эволюция парадигмы защиты прав потребителей на международном уровне. Законодательство по защите прав потребителей активно принималось в странах Европы и США во второй половине прошлого века. С официальным принятием 9 апреля 1985 г. Генеральной Ассамблеей ООН резолюции 39/248 «Защита интересов потребителей» [5], которая включала приложение «Руководящие принципы для защиты интересов потребителей» (далее — Руководящие принципы), начали создаваться и международные стандарты. Данная резолюция принималась в условиях сильного общественного потребительского (консьюмерского) движения, когда потребитель нуждался в гарантировании своих прав как человек и как субъект экономических отношений, оказавшийся в стихии рыночной экономики и испытывающий ее негативное воздействие. Как человеку и потребителю второй половины XX в. требовались обеспечение его физической безопасности, гарантирование его права на жизнь, защиты от небезопасных товаров (работ, услуг) и возмещение вреда в случае его причинения от использования товаров (работ, услуг). Как субъект экономических отношений потребитель нуждался в закреплении его правовых гарантий от недобросовестных контрагентов, реализующих товары (работы, услуги). И Руководящие принципы выполнили свою важную миссию, предоставив потребителю права, которые обеспечивали его физическое существование (право на безопасность и качество товаров), и права, обеспечивающие ему приоритет на потребительском рынке и минимизирующие негативные рыночные факторы (содействие экономическим интересам потребителей, право на просвещение, правовые средства урегулирования споров).

Однако уже к концу XX в. на повестку дня вышли другие острые вопросы потребительской политики, взаимосвязанные с иными

правами человека, в частности вопросы устойчивого производства и потребления. Конференцией ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро в июне 1992 г. была принята Повестка дня на XXI век [10], которая установила определенные стандарты рационального потребления: эффективное использование энергии и ресурсов, максимальное сокращение производства отходов, поощрение экологически обоснованного потребительского выбора, повышение значения экологического аспекта политики государственных закупок без ущерба для принципов международной торговли, формирование ценообразования, а также налоговой, административно-правовой политики с учетом экологических последствий потребления природных ресурсов и производства отходов, популяризацию концепции рационального потребления.

В связи с актуализацией вопросов охраны окружающей среды и необходимостью решения ее в комплексе с защитой прав потребителей в 1999 г. Руководящие принципы были расширены, согласно резолюции Экономического и Социального Совета 1999/7. В частности, мировое сообщество признало право потребителей содействовать справедливому, равноправному и устойчивому социально-экономическому развитию и охране окружающей среды и определило данное право в качестве одной из целей Руководящих принципов, добавив в первый раздел пункт *h*) и указав, что Руководящие принципы для защиты интересов потребителей призваны содействовать рационализации моделей потребления [17].

Таким образом, наблюдаются постепенная «экологизация» потребительского международного законодательства, расширение его предмета за счет включения потребителей в решение не сугубо торговых проблем и проблем сферы обслуживания, а смежных вопросов, касающихся жизненного цикла товаров, а именно с момента их производства до утилизации. Впоследствии эта тенденция стала набирать обороты, и принятая Генеральной Ассамблеей ООН 25 сентября 2015 г. резолюция 70/1 «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года» [11] обозначила 17 целей в области устойчивого развития и 169 задач, которые носят комплексный характер и строятся на сбалансированности экономического, социального и экологического факторов. Поэтому рациональное производство и потребление должно сопровождаться развитием устойчивого туризма (п. 33), сокращением отходов и более активным использованием водных энергетических ресурсов (п. 35). Таким образом, международные документы обозначили приоритетными такие сферы потребления, как туризм и жилищно-коммунальные услуги, где роль потребителя отнюдь не статична, а на-

оборот, человек, потребляющий данные услуги, активно вовлекается в процессы для целей устойчивого развития.

Вполне закономерно, что 22 декабря 2015 г. Генеральная Ассамблея ООН пересмотрела Руководящие принципы (резолюция 70/186) и призвала ориентироваться на лучшие международные стандарты и практики в электронной торговле, финансовых услугах, уделять первоочередное внимание таким важным для здоровья потребителей областям, как продовольствие, водоснабжение, фармацевтические товары, энергоснабжение и коммунальные услуги, а также учитывать специфику туристических услуг [6].

Краткий экскурс развития международного законодательства в области защиты прав потребителей за последние 40 лет показывает, насколько изменились подходы к пониманию потребителя как человека. Во второй половине прошлого века под мощным влиянием конъюнктурных движений в 1980-е гг. международное сообщество впервые официально закрепило права потребителей в резолюции Генеральной Ассамблеи ввиду признания потребителя товаров (работ, услуг) слабой стороной договора, которая испытывает все отрицательные последствия рыночной экономики. Однако в начале XXI в. постиндустриальная эпоха привнесла ряд новых моментов в понимание роли потребителя как субъекта, который находится в условиях цифровизации экономики, интеграционных процессов, обострения экологических проблем, что требует предоставления ему дополнительных гарантий реализации своих прав.

Современный потребитель, во-первых, стремится получить больше услуг, причем услуг, ориентированных на рост личностного потенциала (образовательные, информационные, туристические и т. д.); во-вторых, широко использует цифровые технологии, включая онлайн-покупки и платформы по рассмотрению споров; в-третьих, вовлекается в экологические программы и обращает внимание на приобретение экологичных товаров; в-четвертых, стремится участвовать в процессе производства товаров и услуг через обмен информацией, часто сам производит информационный контент и размещает его в социальных сетях, на специальных цифровых платформах; в-пятых, формирует мнение относительно соблюдения производителем (продавцом (исполнителем)) прав потребителей и обсуждает это в социальных сетях. Более того, социологи, например российские ученые И. В. Троцук и Е. С. Давыденкова, выделяют «этического потребителя» — это социально ответственный потребитель, для которого, в отличие от экономического рационального потребителя, важны не столько цена, сколько подтверждение факта экологичности производства товара, соблюдения производителем и продавцом

социальных норм (неиспользование детского труда, справедливая оплата труда, нефинансирование войн и т. д.) [14, с. 73].

Все вышеназванные особенности сформировали нового потребителя, занимающего более активную позицию в экономическом процессе производства продукции и в социальной жизни, по сравнению с пассивным потребителем XX в., привлекающим внимание мировой общественности как слабая сторона договора, нуждающаяся в дополнительных средствах правовой защиты. Таким образом, на смену традиционным производственным отношениям индустриального общества пришли новые отношения постиндустриального цифрового общества. В последнем на смену рациональному экономическому потребителю, ориентированному лишь на формулу цена-качество, приходит новый, более профессиональный потребитель, обладающий богатой информацией о товаре (работе, услуге) и сам ее создающий путем отзывов, ведения специальных блогов в сети Интернет, предъявляющий требования к производителю по соблюдению им экологических и социальных норм и по собственной инициативе участвующий в социальных и экологических программах.

Вполне закономерно, что консюмеризм в современном понимании в XXI в. становится все более популярным в мире и международное потребительское законодательство также учитывает этот факт.

Руководящие принципы по защите прав потребителей как основной международный документ. Используя формально-юридический метод исследований, проанализируем международные стандарты в сфере защиты прав потребителей, закрепленные в резолюции 70/186 Генеральной Ассамблеи ООН «Защита интересов потребителей» [6].

1. *Национальная политика в области защиты прав потребителей.* Потребительская политика государств — членов ООН, по мнению разработчиков принципов, должна базироваться прежде всего на добросовестной деловой практике, что подразумевает справедливое и равное отношение коммерческих организаций ко всем потребителям, отказ от агрессивных методов маркетинга и создание специальных программ просвещения в целях принятия потребителями обоснованных решений. Кроме того, пункт 14 Руководящих принципов определяет, что национальная потребительская политика должна способствовать предоставлению контрагентами потребителей полной и достоверной информации о товарах (работах, услугах), защите личной информации потребителей (персональных данных), созданию прозрачных, дешевых, оперативных механизмов разрешения потребительских споров, формированию гарантий договорного регулирования, относительно лаконичных и понятных

формулировок условий договора, оснований его расторжения и возврата товара (работы, услуги).

2. *Физическая безопасность.* Безопасность товаров (работ, услуг) подразумевает их безопасное использование как по назначению, так и при другом разумно возможном использовании, которое должно обеспечиваться через принятие соответствующих нормативных правовых и технических норм (обязательных и добровольных). Одной из важных гарантий безопасности Руководящие принципы называют надлежащее информирование потребителей о правилах безопасного использования товаров (работ, услуг) с помощью популярных и понятных обозначений (п. 17). Если же опасная продукция все же попала на рынок, то изготовители (продавцы, поставщики и иные субъекты) обязаны немедленно уведомить общественность и уполномоченные государственные органы, при этом последние должны вести учет случаев выявления такой продукции. Еще одной гарантией является создание правовых механизмов замены опасного товара или его ремонта, а в случае невозможности такой замены (ремонта) выплаты компенсации и его изъятия (п. 19).

3. *Содействие соблюдению экономических интересов потребителей и их защита.* Фактически потребители заинтересованы в соблюдении деловыми кругами правил конкуренции, так как недобросовестная конкуренция, которая может выражаться в распространении ненадлежащей рекламы, монополизации либо разделе рынка, обмане потребителей и др., причиняет ущерб и потребителям. Данный стандарт должен обеспечиваться в основном императивными нормами относительно:

- запрета деловых практик, отрицательно влияющих на экономические интересы потребителей и осуществление ими права выбора (п. 20);

- предоставления возможности потребителем организациям осуществлять контроль соблюдения обязательных требований законодательства относительно продуктов питания, рекламы, обмана потребителей (п. 21);

- ответственности производителя, «чтобы товары отвечали разумным требованиям с точки зрения их долговечности, полезности и надежности и были пригодными для использования по назначению...» (п. 23);

- предоставления потребителям дополнительных гарантий соблюдения их прав в заключаемых договорах (п. 26);

- содействия потребителям в получении ими информации о товаре и его воздействии на окружающую среду (пп. 27–29).

Весьма интересной является рекомендация государствам-членам способствовать развитию негосударственного регулирования через заключение добровольных соглашений потребительских и предпринимательских ор-

ганизаций о принятии кодексов маркетинга и других актов регулирования деловой среды (п. 31).

4. *Нормы безопасности и качества потребительских товаров и услуг.* Нормы качества и безопасности продукции содержатся, как правило, в нормативных технических правовых актах, система которых существует на уровне интеграционных объединений государств или отдельных государств. Такие нормы могут быть как обязательными, так и добровольными для соблюдения. Руководящие принципы в пункте 33 рекомендуют государствам поддерживать такие нормы в актуальном состоянии и контролировать их соответствие общепризнанным международным техническим нормам.

5. *Система распределения потребительских товаров и услуг первой необходимости.* Такая система, согласно пункту 36, должна создаваться на основе проведения соответствующей государственной политики в каждом государстве, включая создание складов, торговых сетей, в том числе и в сельской местности, стимулирования потребительской самопомощи и создание потребительских кооперативов.

6. *Урегулирование споров и средства правовой защиты.* Юридическая сущность данного принципа заключается, во-первых, в предоставлении возможности потребителю обращаться к различным механизмам разрешения споров как государственным (административным и судебным), так и негосударственным (альтернативным способам разрешения споров в арбитражах, медиации, претензионному порядку и т. д.), во-вторых, в том, что такие процедуры должны быть не только справедливыми, оперативными и прозрачными, но и доступными с точки зрения несения расходов по их рассмотрению, включая и трансграничные споры.

7. *Программы просвещения и информирования.* Подобные программы должны реализовываться как государственными учреждениями и организациями, так и общественными потребительскими организациями, коммерческими организациями через систему образования, информирования, включая средства массовой информации, подготовку консультантов и т. д. Целью данных программ является формирование потребительской культуры, обучение потребителей навыкам грамотности для осуществления ими осознанного потребительского выбора по вопросам здорового питания, опасных свойств продукции, маркировки товаров, средств правовой защиты, охраны окружающей среды и эффективного использования материалов, энергии и воды, получения информации о товарах, особенностях электронной торговли и финансовых услуг и др. (п. 44).

8. *Содействие рационализации потребления.* Как и предыдущий, принцип рационализации потребления рекомендовано реализовывать не только потребителям, но и государствам в партнерстве с предпринимателями,

профсоюзами, общественными природоохранными и потребительскими организациями через юридические (принятие нормативных правовых актов), экономические (использование налоговых инструментов стимулирования), социальные (популяризация позитивных практик) механизмы.

Необходимо отметить, что в реализации именно этого принципа государствам-членам рекомендуется стимулировать различные направления деятельности по производству безопасных энерго- и ресурсосберегающих товаров, сбору потребителями вторичного сырья, проведению экологической экспертизы, обеспечению безопасности экологически вредных веществ, используемых в производстве («перед вводом в оборот новых потенциально опасных веществ следует на научной основе проводить экспертизу этих веществ в целях изучения их долгосрочного воздействия на окружающую среду» (п. 55)), пропаганде и популяризации рациональных моделей потребления и производства, разработке методологии оценки рационального потребления и ее показателей в открытом доступе, использованию экологически безопасных товаров и услуг в государственных закупках, формированию потребительского поведения на основе более рациональных моделей потребления.

9. *Электронная торговля.* Цифровизация экономики обусловила появление специфических видов торговли, в частности электронной торговли, отличающейся оперативностью, разнообразием товаров и удобством для потребителей, что способствует постоянному расширению ее сегмента. Тенденции роста электронной торговли усилились благодаря мерам, связанным с пандемией, включая ограничения на передвижение. Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), Ассоциация электронной торговли Бразилии (NIC.br) и компания «Inveon» в Турции, которые провели исследование среди потребителей, отметили, что число онлайн-покупок увеличилось на 6–10 % по большинству категорий продуктов. Более половины респондентов чаще делали покупки в сети Интернет и получали цифровой развлекательный контент и информацию о здоровье в сети, а не от традиционных новостных каналов [16]. Аналогичные тенденции отмечаются и в Республике Беларусь. По оценке маркетплейса *Deal.by*, за 2021 г. онлайн-продажи в белорусских интернет-магазинах выросли на 25 % (до 3,4 млрд руб.). Доля интернет-продаж в розничном товарообороте страны составила 5,8 % [9].

Руководящие принципы определяют лишь общие установки для государств — членов ООН относительно этого вида торговли, в частности обеспечить уровень защиты не ниже, чем для других форм торговли (п. 63), информировать потребителей и предпринимателей о их правах и обязанностях на цифровом рынке (п. 64).

10. *Финансовые услуги.* Именно данный принцип содержит наибольшее число направлений деятельности для государств-членов по защите прав потребителей финансовых услуг. В частности, государства-члены, согласно пункту 66, обязаны разработать специальную политику, создать надзорные органы, контрольные и страховые механизмы защиты активов потребителей, разработать стратегии их финансовой грамотности, обеспечить надлежащее раскрытие информации для выявления конфликта интересов в целях предотвращения причинения ущерба, поощрять ответственное поведение поставщиков финансовых услуг, когда финансовые продукты соответствуют финансовым возможностям потребителей, а также защиту финансовой информации от ее неправомерного использования; обеспечить снижение стоимости и повышение прозрачности услуг по переводу денежных средств.

11. *Меры, касающиеся конкретных областей.* Руководящие принципы в пунктах 69–78 уделяют особое внимание отдельным сферам, влияющим на здоровье потребителей: продовольствию, водоснабжению, фармацевтике, энергоснабжению, коммунальным и туристическим услугам. Акцент делается на безопасности и качестве (пищевых продуктов, питьевой воды), справедливом распределении (питьевой воды и энергии), всеобщем доступе (пищевых продуктов, коммунальных услуг), трансграничных проблемах (туристических услугах).

Электронная торговля и рационализация потребления как основные тренды международной политики в сфере защиты прав потребителей. Электронная торговля по сути может существовать только в цифровом пространстве, что влечет появление так называемых цифровых прав, реализация которых возможна только при наличии доступа потребителей к техническому и программному комплексу, к сети Интернет. Современные исследователи М. С. Бурьянов [1, с. 61] и Э. В. Талапина [13, с. 131] определяют содержание права на информацию посредством сети Интернет, право на доступ к информационно-коммуникационным средствам и технологиям, право на защиту частной жизни и персональных данных и др.

Когда отдельные категории людей, наиболее уязвимых с социально-экономической точки зрения (малообеспеченные, сельские жители без навыков работы с современными технологиями и т. д.), не имеют доступа к электронной торговле, возникает так называемое «цифровое неравенство», что требует выработки отдельных подходов решения данной проблемы.

Первые международные стандарты в электронной торговле были приняты Советом Организации экономического сотрудничества и развития 24 марта 1999 г. — Руководящие

принципы для потребителей: охрана в контексте электронной торговли, и пересмотрены в 2016 г. [15]. В 2017 г. ЮНКТАД опубликовала записку Секретариата «Защита прав потребителей в сфере электронной торговли», в которой фактически обозначены проблемы, требующие разработки, такие как защищенность онлайн-платежей, недобросовестные деловые практики, защита личных данных, несправедливые условия договора, ущемляющие права потребителей, а также проблемы трансграничной электронной торговли [2].

Содействие рационализации потребления также имеет широкую источниковую базу международного нормативного регулирования: Декларация Конференции Организации Объединенных Наций по проблемам окружающей человека среды 1972 г. [3], Повестка дня на XXI век 1992 г. [10], Декларация тысячелетия Организации Объединенных Наций 2000 г. [4], Йоханнесбургская декларация по устойчивому развитию 2002 г. [8] и резолюция 70/1 «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года» 2015 г., цель 12 которой определяется как «обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства» [11].

Все международные документы признают, что устойчивое развитие базируется на взаимосвязанных сферах экономики, экологии и социума, где человек — ответственная социальная личность, включенная в экономическое и социальное развитие общества, а не просто потребитель природных ресурсов и экономических благ.

Необходимо также указать ценностные ориентиры, определенные в записке «Вклад защиты прав потребителей в устойчивое потребление», представленной ЮНКТАД в 2019 г., в которой потребители и предприниматели определены как активно взаимодействующие субъекты, деятельность которых будет способствовать устойчивому потреблению и одновременно реализации политики защиты прав потребителей [2]. При этом именно предприниматели в своей деятельности должны ориентироваться не столько на прибыль, сколько на социальные и экологические проблемы путем внедрения так называемых устойчивых моделей производства, сбыта и распределения продукции, что по сути и является международным стандартом в области прав человека.

Заключение. Международные стандарты защиты прав потребителей товаров (работ, услуг) системно определяются Генеральной Ассамблей ООН в резолюции 39/248 «Защита интересов потребителей», содержащей 11 базовых принципов (национальная политика в области защиты прав потребителей, физическая безопасность, содействие соблюдению экономических интересов потребителей и их

защита и т. д.), требующих внедрения в национальные и региональные правовые системы государств-членов. Некоторые из них являются конкретными ориентирами развития национального законодательства, например создания программ просвещения и информирования потребителей либо систем распределения потребительских товаров и услуг первой необходимости, другие, в частности содействие рационализации потребления, финансовые услуги, электронная торговля, в силу своей специфики имеют иные источники правового регулирования, которые также должны учитываться при реализации политики в сфере защиты прав потребителей.

Можно констатировать постепенную «экологизацию» международного потребительского законодательства в связи не только с обострившимися глобализационными экологическими проблемами на планете, но и с изменением роли потребителя в постиндустриальном обществе, господством постмодернистских теорий экономической и юридической науки, где человек — ответственная социальная личность, включенная в процесс решения проблем всего жизненного цикла товаров (работ, услуг).

Практика реализации международных стандартов устойчивости развития любой сферы потребления показывает ее зависимость от трех субъектов — государства, а также бизнеса и потребителей как представителей гражданского общества и одновременно контрагентов друг друга. Именно государство должно осуществлять реализацию национальной политики, используя правовые средства, очерчивать границы свободы бизнеса и, предоставляя дополнительные средства защиты потребителям, быть гарантом идеального баланса интересов предпринимателей и потребителей. Именно государство должно разработать правовую основу экологической политики, определяя тем самым условия деятельности предпринимателей и формируя ответственных перед обществом потребителей.

Потребительская политика на уровне региональных интеграционных организаций и на национальном уровне, исходя из международных рекомендаций, должна уделять первоочередное значение развитию электронной торговли как наиболее востребованной форме торговли. В этом случае наиболее актуальными вопросами для разработки являются защита онлайн-платежей и персональных данных, развитие системы альтернативных способов разрешения потребительских споров на специально созданных электронных онлайн-площадках. Имеющиеся международные стандарты в области электронной торговли являются базовыми, уже прошедшими апробацию в разных странах мира, поэтому могут быть использованы в региональной и национальной практике.

Список использованных источников

1. Бурьянов, М. С. Глобальные цифровые права человека в контексте рисков цифровизации / М. С. Бурьянов // Век глобализации. — 2020. — № 3. — С. 54—70. (<https://doi.org/10.30884/vglob/2020.03.05>)
2. Вклад защиты прав потребителей в устойчивое потребление: док. ООН TD/B/C.I/CPLP/17 [Электронный ресурс] // Система официальной документации ООН. — Режим доступа: <https://undocs.org/ru/TD/B/C.I/CPLP/17>. — Дата доступа: 15.04.2022.
3. Декларация Конференции Организации Объединенных Наций по проблемам окружающей человека среды: принята Конференцией Организации Объединенных Наций по проблемам окружающей человека среды, Стокгольм, 1972 г. [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. — Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declarathenv.shtml. — Дата доступа: 15.04.2022.
4. Декларация тысячелетия Организации Объединенных Наций: принята резолюцией 55/2 Генеральной Ассамблеи от 8 сент. 2000 г. [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. — Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/summitdecl.shtml. — Дата доступа: 15.04.2022.
5. Защита интересов потребителей: док. ООН A/RES/39/248 [Электронный ресурс] // Система официальной документации ООН. — Режим доступа: <https://undocs.org/ru/A/RES/39/248>. — Дата доступа: 15.04.2022.
6. Защита интересов потребителей: док. ООН A/RES/70/186 [Электронный ресурс] // Система официальной документации ООН. — Режим доступа: <https://undocs.org/ru/A/RES/70/186>. — Дата доступа: 15.04.2022.
7. Защита прав потребителей в сфере электронной торговли: записка секретариата ЮНКТАД: док. ООН TD/B/C.I/CPLP/7 [Электронный ресурс] // Система официальной документации ООН. — Режим доступа: <https://undocs.org/ru/TD/B/C.I/CPLP/7>. — Дата доступа: 15.04.2022.
8. Йоханнесбургская декларация по устойчивому развитию: принята на Всемирной встрече на высшем уровне по устойчивому развитию, Йоханнесбург, Южная Африка, 26 авг. — 4 сент. 2002 г. [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. — Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/decl_wssd.shtml. — Дата доступа: 15.04.2022.
9. Ключевые итоги в e-commerce Беларуси за 2021 год [Электронный ресурс] // marketing.by. — Режим доступа: <https://marketing.by/analitika/belorusy-stali-chashche-zakazyvat-odezhdu-onlayn-klyuchevye-itogi-v-e-commerce-belarusi-za-2021-god/>. — Дата доступа: 15.04.2022.
10. Повестка дня на XXI век: принята Конференцией ООН по окружающей среде и развитию, Рио-де-Жанейро, 3—14 июня 1992 г. [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. — Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/agenda21.shtml. — Дата доступа: 15.04.2022.
11. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года: док. ООН A/RES/70/1 [Электронный ресурс] // Система официальной документации ООН. — Режим доступа: <https://undocs.org/ru/A/RES/70/1>. — Дата доступа: 15.04.2022.
12. Спесивов, Н. В. Сущность международных стандартов прав человека / Н. В. Спесивов // Учен. записки Орлов. гос. ун-та. — 2015. — № 1 (64). — С. 265—267.
13. Талапина, Э. В. Эволюция прав человека в цифровую эпоху / Э. В. Талапина // Тр. Ин-та государства и права РАН. — 2019. — Т. 14, № 3. — С. 122—146. (<https://doi.org/10.35427/2073-4522-2019-14-3-talapina>)
14. Троцюк, И. В. Феномен этического консьюмеризма: специфика социологической интерпретации и особенности современного бытования / И. В. Троцюк, Е. С. Давыденкова // Вестн. РУДН. Сер. «Социология». — 2015. — № 1. — С. 65—81.
15. Consumer Protection in E-commerce: OECD Recommendation. 2016 [Electronic resource] // OECD. — Mode of access: <https://www.oecd.org/sti/consumer/ECommerce-Recommendation-2016.pdf>. — Date of access: 15.04.2022. (<http://dx.doi.org/10.1787/9789264255258-en>)
16. COVID-19 has changed online shopping forever, survey shows: UNCTAD [Electronic resource] // United Nations Conference on Trade and Development. — 08.10.2020. — Mode of access: <https://unctad.org/news/covid-19-has-changed-online-shopping-forever-survey-shows>. — Date of access: 15.04.2022.
17. Expansion of the United Nations guidelines for consumer protection to include sustainable consumption: the Economic and Social Council resolution 1997/7, 16 July 1999 [Electronic resource] // United Nations. — Mode of access: <https://www.un.org/ecosoc/sites/www.un.org.ecosoc/files/documents/2020/resolution-1999-7.pdf>. — Date of access: 15.04.2022.

Статья поступила в редакцию 19 апреля 2022 г.

Статья подготовлена в рамках НИР «Теоретико-методологические основы защиты прав потребителей товаров (работ, услуг) в механизме правового обеспечения экономической безопасности Республики Беларусь в условиях региональной интеграции и цифровизации» (номер госрегистрации 20211412) при финансовой поддержке Министерства образования Республики Беларусь.