

Всемирный день прав потребителей проводится ежегодно 15 марта начиная с 1983 года, а с 1994 года широко отмечается и в Российской Федерации. Его тематику по сложившейся традиции определяет Международная Федерация потребительских организаций (Consumers International - CI) и в 2018 году он проходит под девизом «Making digital marketplaces fairer» - «Сделаем цифровые рынки справедливыми и честными».

Так же, как и в 2017 году CI призвал сосредоточиться на правах потребителей в сегменте электронной коммерции, когда в качестве девиза был предложен слоган «Consumer Rights in the Digital Age» - «Потребительские права в цифровую эпоху».

Главным трендом роста потребительского рынка становится цифровизация общества, появление культуры не только оплаты услуг и товаров онлайн, но и настройки автоплатежей на оплату услуг ЖКХ, мобильной связи и Интернета. За первое полугодие 2017 года объем онлайн-транзакций граждан вырос на 8% по сравнению с аналогичным периодом 2016 года и составил 1 трлн. рублей. По итогам 2017 года он по прогнозам может достичь 2,2 трлн. рублей - что будет абсолютным рекордом.

Сегодня цифровые технологии изменили характер многих услуг и продуктов, так как встроенное программное обеспечение содержится во всё возрастающем количестве потребительских товаров. По экспертным оценкам Ассоциации компаний Интернет - торговли в 2016 году в России 56 млн. человек (46,6%) пользовались Интернетом с мобильных устройств, объем рынка Интернет - торговли в первом полугодии 2017 года составил 498 млрд. рублей, а всего за весь год прогнозируемо должен был составить 1150 млрд. рублей, что в два раза превышает объем Интернет - продаж 2013 года (544 млрд. рублей).

В этой связи является закономерным то, что в Стратегии государственной политики в области защиты прав потребителей на период до 2030 года поставлены цели, задачи и принципы государственной политики в области защиты прав потребителей исходя из тех рисков, которые несет в себе стремительно меняющийся мир. Важно, чтобы потребители обладали набором базовых, неснижаемых прав, независимо от того касается это, например, приобретения офлайн товаров и услуг или покупок в сети «Интернет». Тем более, что по мере глобального развития сегмента электронной коммерции и вовлечения в нее все большего числа активных пользователей сети «Интернет» потребуется не только изменение законодательства, но и реализация иных мер, которые для потребителей новой цифровой эпохи обеспечат достаточный уровень защиты, комфорта и безопасности при совершении дистанционных покупок.

При этом особое внимание необходимо уделять праву потребителей на получение четкой и ясной информации, чтобы они могли принимать обоснованные решения относительно покупки и использования Интернет - ресурсов. Потребителю должно быть понятно, кто именно несёт ответственность в каждой точке цепи поставки товара и в дальнейшем в течение всего срока его использования.