



УДК 347.2

Грамотчиков Владимир Андреевич

Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина
(МГЮА)

Институт частного права

Россия, Москва

VolodiaGE@yandex.ru

Gramatchikov Vladimir

Kutafin Moscow State Law University

Institute of Private Law

Russia, Moscow

ЦИФРОВЫЕ ПОДПИСКИ: ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЗРАЧНОСТИ И ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ОНЛАЙН-СРЕДЕ

Аннотация: данная работа посвящена анализу актуальных аспектов защиты цифровых прав и прав потребителей в контексте платных цифровых подписок. Основное внимание уделяется роли уведомлений о подписке, механизмов отказа от подписки и полной прозрачности условий абонентского договора в обеспечении защиты интересов пользователей.

Ключевые слова: цифровые права, права потребителя, платные цифровые подписки, уведомления о подписке, отказ от подписки, условия абонентского договора, регулирование онлайн подписок.

DIGITAL SUBSCRIPTIONS: ENSURING TRANSPARENCY AND CONSUMER PROTECTION IN THE ONLINE ENVIRONMENT

Annotation: this paper is devoted to analyzing topical aspects of digital and consumer rights protection in the context of paid digital subscriptions. The main focus is on the role of subscription notifications, opt-out mechanisms and full



transparency of subscription contract terms and conditions in ensuring the protection of users interests.

Key words: digital rights, consumer rights, paid digital subscriptions, subscription notices, opt-out, terms of subscription agreement, regulation of online subscriptions.

Цифровые подписки представляют собой форму обслуживания, при которой пользователь получает доступ к определенным услугам или контенту в обмен на регулярные платежи. Такие подписки широко распространены в цифровой сфере и включают в себя доступ к потоковым видео, музыке, цифровым журналам, облачным хранилищам данных и многим другим онлайн-ресурсам.

В условиях растущей цифровизации общества большая часть общения происходит посредством социальных сетей, что формирует новое пространство социализации - цифровое, которые впервые определяются не только характеристиками социальной группы, но и технологической средой, цифровыми средствами общения [1], в это пространство также входят покупки (маркетплейсы), или другие способы развлечений, как кино, музыка и т.д., для которых используются цифровые подписки. Расширение рынка цифровых подписок является фактором, для которого защита прав потребителей становится ключевым вопросом. Эти проблемы подчеркивают важность разработки и внедрения механизмов, обеспечивающих прозрачность, доступность и защиту прав потребителей в сфере цифровых подписок.

Актуальность данной статьи обусловлена растущей популярностью цифровых подписок и необходимостью обеспечения защиты прав потребителей в этой сфере. Рост популярности подписок за 2022 согласно данным СМИ получился следующий [2]: «В 2022 году выручка от подписок на различный контент в России составила 180 млрд рублей, из них 59,4 млрд — мультиподписки. За 2022 год владельцами подписок на цифровой контент стали 24,9 млн россиян. Лидирующие позиции занимают онлайн-кинотеатры.



Их зрителями в 2022 году стали 11 млн человек, а выручка составила 40 млрд рублей. Подписчиков на музыкальные сервисы оказалось вдвое больше — 22,6 млн человек. В 2022 году такие платформы получили за подписки 7 млрд рублей».

Научная значимость работы заключается в системном анализе законодательных и технических аспектов защиты прав потребителей в сфере платных цифровых подписок. Работа предоставляет обзор существующих проблем и недостатков, а также предлагает конструктивные рекомендации для улучшения ситуации. Цель исследования данной статьи заключается в выявлении основных проблем и недостатков в защите прав потребителей в сфере платных цифровых подписок, а также предложении рекомендаций для их устранения и улучшения ситуации в целом.

Методология исследования включает в себя анализ законодательных актов, а также обзор существующих технических средств и практик компаний в области уведомлений о подписке, механизмов отказа от подписки и регулирования онлайн-подписок.

В Российской Федерации платные цифровые подписки регулируются несколькими законодательными актами.

Закон РФ «О защите прав потребителей» [3] устанавливает общие принципы и нормы, касающиеся прав потребителей, который по аналогии также распространяются на сферу цифровых подписок. Этот закон определяет, что потребители имеют право на полную и достоверную информацию о товаре или услуге, включая условия платных подписок, их стоимость, а также правила отмены и расторжения договора.

Также согласно ст. 32 закона «О защите прав потребителей» потребитель может отказаться от услуги в любое время при условии оплаты исполнителю фактически понесенных расходов. Аналогичное право отказаться от договора оказания услуг в одностороннем порядке в статье п.1 ст. 782 ГК РФ [4], а именно: заказчик вправе отказаться от исполнения договора возмездного



оказания услуг при условии оплаты исполнителю фактически понесенных им расходов, то есть в случае неиспользования подписки потребитель может без последствий отказаться от подписки.

ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [5] также имеет значение для регулирования платных цифровых подписок. Он устанавливает правила сбора, хранения и передачи информации, включая персональные данные пользователей, что может быть связано с использованием цифровых сервисов.

На данный момент нет норм в законодательстве, прямо регулирующего платные цифровые подписки, но законодателем рассматривается законопроект № 405607-8 [6], который нацелен на устранение пробелов в праве в отношении цифровых подписок в РФ.

Его основная цель заключается в защите интересов потребителей, обеспечивая им прозрачность условий и возможность контроля над своими подписками. Одним из ключевых аспектов законопроекта является требование предоставления полной и понятной информации о подписке до ее активации. Это включает в себя уточнение стоимости подписки, условий ее действия, а также процедур отмены или изменения условий. На данный момент процедура отмены подписки регулируется ГК РФ.

Законопроект также обращает внимание на проблему автоматического продления подписок без явного согласия пользователя. Он предлагает установить механизмы контроля и подтверждения подписки перед каждым автоматическим продлением, чтобы предотвратить непреднамеренные списания средств.

Другим важным аспектом является введение сроков действия подписок и установление механизмов их автоматического прекращения по истечении пробного срока. Это направлено на предотвращение случаев продолжения списаний за услуги, которые потребитель уже не использует или не желает продолжать.



Законопроект № 405607-8 о регулировании подписок представляет собой важный шаг в обеспечении защиты прав потребителей в цифровой сфере, устанавливая принципы прозрачности, контроля и соблюдения интересов пользователей.

В сфере цифровых подписок уведомления играют ключевую роль в обеспечении прозрачности и защиты интересов потребителей. Они информируют пользователей о деталях подписок, таких как стоимость, частота платежей и условия отмены, что позволяет им принимать обоснованные решения и избегать неожиданных расходов. Регулярные напоминания о предстоящем продлении подписки помогают избежать автоматического продления без ведома пользователя, предоставляя возможность вовремя отменить подписку, если в ней больше нет необходимости. Поэтому уведомления играют ключевую роль, так как информируют о любых изменениях условий подписки, таких как изменение стоимости или обновление политики, что позволяет потребителям быть в курсе всех актуальных изменений и при необходимости корректировать свои действия.

Уведомления обеспечивают высокий уровень прозрачности и способствуют защите прав потребителей, поддерживая их информированность и контроль над своими подписками. Существует несколько видов уведомлений, каждый из которых содержит обязательные элементы.

Изначально, это уведомления о начале подписки, в которых должны быть указаны основные условия подписки, такие как стоимость, период действия и правила отмены. Далее идут уведомления о предстоящем списании средств, которые должны содержать информацию о сумме и дате списания, а также инструкции по отмене подписки. Также важны уведомления об изменениях в условиях подписки, которые должны быть предоставлены заранее, чтобы пользователи имели возможность принять решение о продолжении использования услуги.



Существует также проблема в виде недобросовестных практик отдельных субъектов использующих, мелкий шрифт или запутанные формулировки в своих положениях, чтобы скрыть информацию о подписке или усложнить процедуру отмены. Другой проблемой является недостаточная ясность и полнота информации о подписке в пользовательском соглашении или договоре, что может привести к недопониманию или недовольству со стороны пользователей. На данный момент в 18% случаев [7] потребители не получают от компаний (владельцев сервисов) соответствующих уведомлений о подписке и продолжают платить подписки. Поэтому в законе должны быть уведомления о предстоящем списании средств, которые должны содержать информацию о сумме и дате списания, а также инструкции по отмене подписки, чтобы для пользователя был прозрачен механизм подписки. Но на текущий момент такой механизм не предусмотрен законодательно.

Эффективность существующих механизмов отказа от подписки по моему мнению оценивается как недостаточная. Пользователи могут столкнуться с различными препятствиями при попытке отказаться от подписки, такими как скрытые или запутанные процедуры отмены, неясные инструкции или отсутствие соответствующих опций в интерфейсе. Именно на регулирование данных пробелов направлен законопроект.

Внедрение нового законопроекта, усиливающего требования защиты прав потребителей в сфере цифровых подписок, окажет влияние на компании. Компании будут вынуждены адаптировать свои практики и процессы в соответствии с новыми правилами и нормами, уделяя больше внимания прозрачности и доступности информации о подписках, а также обеспечивая удобные механизмы отказа для пользователей. Это может потребовать дополнительных затрат на обновление технической инфраструктуры и обучение персонала. Но существует также вероятность того, что компании напишут иное пользовательское соглашение и процедуру отказа, подпадающее



под новые поправки, при этом сохранив элементы, помогающие обогащаться на лени или невнимательности пользователей.

Однако при правильном подходе к внедрению новых требований защиты прав потребителей, компании также могут извлечь определенные выгоды [8]. Улучшение отношений с потребителями и повышение уровня доверия к бренду могут способствовать увеличению клиентской базы и укреплению позиций на рынке.

Кроме того, сокращение числа конфликтов и претензий со стороны потребителей помогает снизить риски юридических преследований и сохранить репутацию компании, а также уменьшить денежные юридические расходы.

Прогнозы развития рынка при усилении защиты прав потребителей также предполагают определенные изменения. Возможно, будет наблюдаться снижение числа недобросовестных поставщиков и повышение конкуренции за счет улучшения качества предлагаемых услуг и условий подписки. Также будет сохраняться тенденция на общий рост рынка цифровых подписок из-за не до конца освоенного рынка, в качестве примера активного роста рынка можно привести рынок онлайн-кинотеатров (ivi, Megogo и Okko), который растёт вследствие блокировки пиратских сайтов [9], а также выросшего интереса к рынку медиаконтента.

Потребители, в свою очередь, могут стать более активными и информированными, что сдерживает недобросовестные практики и стимулирует развитие инноваций в сфере цифровых подписок.

Усиление защиты прав потребителей в виде нового законопроекта не только представляет вызовы для компаний, но и открывает новые возможности для роста и развития на рынке цифровых подписок.

В заключение можно подвести итоги и сделать несколько ключевых выводов. Защита прав потребителей важна для обеспечения справедливых и прозрачных условий в сфере цифровых подписок. Правильное балансирование



интересов потребителей и поставщиков услуг способствует развитию доверия и устойчивости на рынке.

Развитие технологий и изменение потребительских предпочтений требует соответствующего реагирования со стороны законодателей и компаний [10]. Рекомендации для законодателей включают в себя не только усиление прав потребителей путём принятия новых законов и подзаконных актов, но и в регулярном мониторинге рынка и анализе эффективности действующего законодательства.

Для компаний рекомендуется активное внедрение лучших практик в области защиты прав потребителей, а также инвестирование в технологии и обучение персонала для обеспечения высокого уровня сервиса. Важно также открыто общаться с потребителями, учитывать их обратную связь и стремиться к непрерывному улучшению качества предоставляемых услуг [11].

Для потребителей важно осознавать свои права и быть информированными об условиях подписок, а также активно использовать предоставляемые законом механизмы защиты своих интересов.

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что текущая правовая база и существующие механизмы защиты прав потребителей в сфере платных цифровых подписок требуют значительных улучшений для обеспечения справедливости и прозрачности. Законодательство должно более четко регламентировать обязательные элементы уведомлений о подписке, включая информацию о стоимости, сроках и условиях отказа от подписки. Важно также ввести поправки «О защите прав потребителей», добавляющий строгие требования к подтверждению согласия на автоматическое продление подписок, чтобы предотвратить случаи несанкционированного списания средств.

Компании, предоставляющие цифровые подписки, обязаны соблюдать эти правила и обеспечить доступные и понятные механизмы отказа от подписок. Это включает в себя разработку простых и интуитивных



интерфейсов для управления подписками и обязательное информирование пользователей о любых изменениях в условиях предоставления услуг.

Рекомендуется усилить контроль со стороны регулирующих органов за соблюдением данных требований и ввести соответствующие санкции для компаний за их нарушение. Потребители, в свою очередь, должны быть осведомлены о своих правах и иметь доступ к эффективным средствам защиты в случае конфликтных ситуаций. Введение таких мер законодателем будет способствовать созданию более справедливого и прозрачного рынка цифровых подписок, повысит уровень доверия потребителей к компаниям и обеспечит устойчивое развитие цифровой экономики и самих компаний.

Список литературы:

1. Чернов Илья Владимирович. ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА: СПЕЦИФИКА НАУЧНОГО ДИСКУРСА. Гуманитарий Юга России, 2018, №10 (1), с. 121-132.

2. Наталья Гормалева. Почти 25 млн россиян пользовались платными подписками на контент в 2022 году / Новости [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://rb.ru/news/subscription-services-russia/> (дата обращения: 01.05.2024 г.).

3. Закон Российской Федерации от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»

4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.96 N 14-ФЗ

5. Федеральный закон от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 31, ст. 3448

6. Законопроект №405607-8 О внесении изменений в Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в части предоставления потребителям полной информации об условиях



абонентского договора (услугах цифровых подписок), предусматривающих оплату периодическими платежами) URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/405607-8> (дата обращения: 01.05.2024).

7. Немкин А.И. Законопроект о регулировании онлайн-подписок внесен в Госдуму. Единая Россия / Новости [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://permkrai.er.ru/activity/news/zakonoproekt-o-regulirovanii-onlajn-podpisok-vnesen-v-gosdumu> (дата обращения: 01.05.2024 г.).

8. Фролов И.В. Правовое регулирование дистанционной торговли товарами и услугами, в том числе связанными с объектами авторских и смежных прав: автореферат дис. ... кандидата юридических наук: М., 2018. 166 с.

9. Наумов Иван Александрович Модель бизнеса по подписке в современных реалиях // Бизнес-образование в экономике знаний. 2020. №2 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-biznesa-po-podpiske-v-sovremennyh-realiyah> (дата обращения: 03.05.2024).

10. Маткаримов Арслан Икрамович, Гурбанова Сульгун ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИЗМЕНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ // Всемирный ученый. 2023. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-tehnologii-i-izmenenie-potrebitelskih-predpochteniy> (дата обращения: 03.05.2024).

11. Николаев Д.М. Укрепление обратной связи взаимоотношений с клиентами как резерв наращивания объема продаж // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2018. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ukreplenie-obratnoy-svyazi-vzaimootnosheniy-s-klientami-kak-rezerv-naraschivaniya-obema-prodazh> (дата обращения: 03.05.2024).