

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(Национальный исследовательский университет)»
Институт открытого и дистанционного образования
Кафедра «Современные образовательные технологии»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

_____ А.В. Прохоров

___ 2019 г

Защита прав потребителей при продаже товаров
дистанционным способом

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ – 40.03.01.2019.81119. ВКР

Руководитель работы

доцент кафедры СОТ

_____ Н.Г. Деменкова

___ 2019 г

Автор работы

студент группы ДО–461

_____ А.В. Панков

___ 2019 г

Нормоконтролер

ст. преподаватель кафедры СОТ

_____ Е.Н. Бородина

___ 2019 г

Челябинск 2019

АННОТАЦИЯ

Панков А.В. Защита прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом. – Челябинск: ЮУрГУ, 2019, ДО – 461, 64 с., 1 ил., 1 табл., библиогр. список – 52 наим., 2 прил., 8 л. плакатов ф. А4.

Объектом выпускной квалификационной работы являются общественные отношения возникающие в процессе защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом.

Цель выпускной квалификационной работы – изучить проблемы защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров и предложить пути их решения.

В работе рассмотрены основные аспекты продажи товаров дистанционным способом, изучен процесс заключения договора розничной купли-продажи товаров дистанционным способом, механизмы его доставки до потребителя, проблемы защиты прав потребителей при возникновении данных правоотношений с продавцом.

Результаты работы имеют практическую значимость, содержат выводы, практические рекомендации и предложения автора по совершенствованию норм гражданско-правового законодательства, касающегося защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1. ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ДИСТАНЦИОННОЙ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ.....	8
1.1 Понятие и правовое регулирование дистанционной продажи товаров.....	8
1.2 Особенности дистанционного способа продажи товара.....	16
2. ПРАВИЛА ПРОДАЖИ ТОВАРОВ ДИСТАНЦИОННЫМ СПОСОБОМ.....	27
2.1 Информация, предоставляемая покупателю при дистанционном способе продажи товаров.....	27
2.2 Заключение договора дистанционной продажи товаров.....	31
2.3 Доставка, комплектность и качество товара.....	44
3. ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ДИСТАНЦИОННОЙ ПРОДАЖЕ ТОВАРОВ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ.....	48
3.1 Проблемы защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров.....	48
3.2 Предложения по совершенствованию защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров.....	52
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	56
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	59
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А Схема возврата товара	63
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Таблица Достоинства и недостатки дистанционной торговли	64

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Покупка товаров и услуг через интернет активно набирает популярность среди потребителей. Российское законодательство включает в себя акты, регулирующие дистанционную торговлю. Решив начать дистанционные продажи, продавец берет на себя обязательства соблюдать определенные правила. Потребители же имеют право на получение качественных товаров и защиту своих потребительских прав.

На продаваемые дистанционным способом товары распространяются те же гарантии государства, что и на товары, которые продаются через обычные розничные магазины. Российское законодательство обязывает продавца указывать максимально полный объем сведений о продаваемом товаре. Если покупателем приобретается сложное техническое устройство, к нему обязательно должна быть приложена вся документация, а также на него распространяются те же гарантии, что и на остальные подобные товары.

Торговля дистанционным способом посредством сети Интернет представляет субъектам рассматриваемых нами правоотношений возможность двусторонней коммуникации и обеспечивает высокую скорость передачи информации, что невозможно, например, при торговле через телевидение. Однако, в настоящий момент развитие продаж в сети Интернет в других странах происходит быстрее, нежели в нашей стране. Для граждан России объективной причиной выступает отсутствие доверия покупателей к такому виду коммерции в связи с низким уровнем законодательного регулирования этой области, ввиду чего на дистанционном рынке продаж нередки факты недобросовестных продавцов, а также мошенников.

В рассматриваемых реалиях особую роль играет правовое регулирование. Оно должно быть нацелено на достижение достойного уровня обслуживания потребителей и экономической эффективности при дистанционном способе продажи товаров.

Система нормативно-правового регулирования дистанционной торговли состоит из общих норм, определяющих правовое положение участников дистанционной торговли, основание возникновения права собственности и т. д. Законом не определен порядок организации дистанционных продаж, им установлены границы обычных отношений между покупателем и продавцом.

Закон ограничивает перечень товаров, которые можно продать/купить с помощью дистанционной торговли. Например, такой способ нельзя применять к алкогольной продукции. Если об этом станет известно, прокурор вправе обратился в суд с заявлением о признании информации запрещенной к распространению на территории РФ.

Проблемы дистанционной торговли в сети Интернет по существу связаны со следующими институтами гражданского права: понятием и формой заключения договора, а также комплексом институтов, относящихся к защите прав потребителей. Российское законодательство достаточно полно охватило направление по дистанционным способам продажи большого круга товаров. Оно связано с созданием механизма поставки продукции, его выбора, знакомства с

вещью. Установленная возможность возврата покупки как качественной, так и некачественной, гарантирует защиту прав рядового потребителя.

Проблеме защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров посвящены работы таких ученых, как М.С. Арутюнян, О.В. Ащева, Р.В. Киселева, И.Г. Мошкало, И.М. Рынкевич, Л.Ю. Флейгель и др.

Цель выпускной квалификационной работы – изучить проблемы защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров и предложить пути их решения.

Задачи исследования с учетом поставленной цели заключаются в том, чтобы:

- изучить понятие и правовое регулирование дистанционной продажи товаров;
- определить особенности дистанционного способа продажи товара;
- определить объем информации, предоставляемой покупателю при дистанционном способе продажи товаров;
- рассмотреть процесс заключения договора дистанционной продажи товаров;
- изучить правила доставки, комплектности и качества товара;
- определить проблемы защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров;
- внести предложения по совершенствованию защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров;

Объектом выпускной квалификационной работы являются общественные отношения возникающие в процессе защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом.

Предметом исследования является совокупность нормативно-правовых актов, регламентирующих заключение и исполнение договора купли-продажи при дистанционной торговле, а также защиту прав потребителей в рамках данных правоотношений.

Методологической базой исследования выступают диалектический метод научного познания, а также логический, сравнительный, социологический, системный и структурный.

Теоретическую основу исследования составили фундаментальные труды и содержащиеся в них положения общей теории государства и права, теории конституционного, административного и гражданского права, а также материалы судебной практики.

Нормативной базой исследования стали Конституция Российской Федерации, федеральные конституционные законы, федеральные законы, указы Президента Российской Федерации, постановления и распоряжения Правительства Российской Федерации, акты Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации и других органов.

Научная новизна исследования заключается в авторском подходе к рассмотрению категории «защиты прав потребителей при дистанционной торговле» сквозь призму всей системы розничной торговли и института защиты прав потребителей.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что сформулированные автором теоретические выводы, практические рекомендации и предложения вносят определенный вклад в правовую науку, систематизируют научные знания по вопросам защиты прав потребителя, а также могут быть использованы в дальнейших научных изысканиях.

Практическое значение исследования состоит в том, что сформулированные в нем выводы и предложения могут быть использованы в ходе дальнейшей оптимизации законодательства, регламентирующего защиту прав потребителей при дистанционной продаже товаров.

Структура исследования определена его целью и задачами и состоит из введения, трех разделов, заключения, приложений и списка использованных источников и литературы.

1 ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ДИСТАНЦИОННОЙ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

1.1 Понятие и правовое регулирование дистанционной продажи товаров

Еще с древних времен продажи занимали особенное место в развитии экономики всех стран. Сегодня же, кроме классического способа приобретения товара, когда нужно прийти в магазин и из имеющегося в наличии на витрине выбрать подходящий товар, померить, подержать в руках, разглядеть со всех сторон, наглядно изучить функционал, существует и дистанционный способ приобретения. В условиях мирового цейтнота стремительное развитие компьютерных и информационных технологий занимает все более прочное место во всех сферах деятельности человека, в том числе и в коммерческой сфере. Такое явление способствовало развитию практики заключения дистанционных договоров.

Дистанционный способ продажи товара подразумевает ознакомление потенциального покупателя только с описанием товара и его наглядным изображением, при этом отсутствует тактильный контакт.

В двадцатом столетии такой договор, заключенный заочно при помощи различных средств связи, получил международное нормативное закрепление «договор дистанционной купли-продажи» и определил понятие самих дистанционных продаж. С каждым днем такой договор набирает все большую популярность. Во главе осуществления действий по реализации купли-продажи находятся действия продавца, демонстрирующего покупателю изображение товара и описывающего его потребительские качества.

В современной экономической обстановке договор розничной купли-продажи, заключенный дистанционно, является неотъемлемым условием развития самой экономики, востребованным во всем мире. Ежеминутно по всему миру заключаются тысячи и даже миллионы договоров дистанционной купли-продажи, что, безусловно, стимулирует развитие нормативно-правовой базы благодаря возникновению споров и, соответственно, судебной практики. Так, субъект, занимающийся дистанционными продажами, берет на себя определенные обязательства перед покупателем путем соблюдения правил, в то время как покупатель также кроме прав, принимает на себя взаимные обязательства.

Вопрос о дистанционной торговле в российском законодательстве был разрешен в 2007 году, в связи с внесением в Гражданский кодекс Российской Федерации (далее – ГК РФ) и Закон «О защите прав потребителей» соответствующих изменений. Впервые на тот момент нормативно закрепил понятие дистанционной продажи товара.

Определение понятия «дистанционный способ продажи» содержится в Правилах продажи товаров дистанционным способом (утверждены Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 № 612). Согласно указанному нормативно-правовому акту под продажей товаров дистанционным способом понимается «продажа товаров по договору розничной купли-продажи, который

заключается на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо с образцом товара при заключении такого договора»¹.

Случай, когда покупатель не может ознакомиться с товаром и его образцом, представляет собой основной отличие дистанционного способа продажи товара от традиционных способов коммерции. Таким образом, при невозможности предварительного изучения товара тактильным способом, следует говорить именно о дистанционных продажах. В противном случае договор заключается привычным для торгово-розничных отношений способом.

Коммуникативные средства связи, такие как Интернет, телевидение, аудиореклама, объявления, почтовые рассылки, служат средством ознакомления покупателя с товаром в рамках совершения покупок дистанционным способом. Это связано с тем, что факт непосредственного контакта между продавцом и покупателем при заключении договора о дистанционной продаже товара отсутствует.

Такой же позиции придерживаются некоторые авторы. Так, Н.В. Пластинина определяет продажу товаров дистанционным способом как «продажу товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или посредством средств связи, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора»².

Я. Тиме полагает возможность назвать дистанционной торговлей «любую форму розничной торговли продукцией для конечного потребления, при которой покупатель не забирает приобретенный товар у продавца, а товар доставляется ему на дом или по месту работы»³.

Актуальность продажи товаров дистанционным способом обусловлена скоростью и легкостью выбора и приобретения необходимого товара вне зависимости от географического местоположения продавца и покупателя. Такой вид продажи одинаково интересен как продавцам, которые могут предложить конкурентоспособные цены по сравнению с магазинами, арендующими торговые площади, так и покупателям, которые экономят свое время, имея при этом возможность ознакомиться с большим количеством товара, сравнить характеристики, внешний вид, а также получить доступ к отзывам покупателей. В период всего развития и становления торгово-розничных отношений продавцы преследуют одну цель – минимизация рисков и повышение эффективности

¹Постановление Правительства Российской Федерации от 21.07.1997 г. № 918 «Об утверждении Правил продажи товаров по образцам». – СПС «Гарант»

²Пластинина, Н.В. Дистанционные покупки: порядок приобретения товаров и юридическая защита потребителей. / Н.В. Пластинина. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 157 с.

³Тиме, Я. Дистанционная торговля. / Я. Тиме. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 384 с.

продаж, что становится возможным благодаря увеличению количества покупателей и сокращения издержек.

Ниже приведена таблица основных преимуществ и недостатков при личной продаже товара.

Таблица 1 Преимущества и недостатки традиционного способа продажи

	Для покупателя	Для продавца
Преимущества:	<ul style="list-style-type: none"> - возможность собственноручно оценивать потребительские свойства товара; - возможность моментального приобретения товара и последующего обладания им. 	<ul style="list-style-type: none"> - обеспечение удовлетворенности потребителя путем предоставления товара из наличия; - простота сделки (моментальный обмен товара на денежные средства); - коммуникативные приемы привлечения покупателей и убеждения в необходимости обладания определенным товаром.
Недостатки:	<ul style="list-style-type: none"> - расстояние от покупателя до реального магазина; - недостаток ассортимента, имеющегося в наличии товара. 	<ul style="list-style-type: none"> - расходы на арендную плату или приобретение нежилого помещения для размещения магазина; - расходы на ведение склада; - узкий круг потенциальных покупателей, ограниченный их способностью лично посещать магазин.

С момента возникновения у гражданина дееспособности в соответствии с Гражданским кодексом РФ (далее – ГК РФ), он в полной мере способен своими действиями приобретать и осуществлять гражданские права, создавать для себя обязанности и исполнять их. До недавнего времени неизвестная в России, но уже получившая свое признание во многих странах по всему миру, дистанционная продажа товаров прочно вошла в ежедневный обиход. По этой причине, следует знать особенности и условия, которые отличают дистанционную продажу от продажи в магазине.

«Традиционно под термином дистанционная торговля до недавних пор понималось только приобретение товаров по почте, при котором основным

средством демонстрации были в основном печатные каталоги»⁴. За последние десять лет понятие дистанционной торговли значительно расширилось. Сегодня для увеличения количества покупателей субъекты дистанционной торговли прибегают к использованию разнообразных каналов передачи информации. В связи с вышеизложенным невозможно отрицать все больше развитие дистанционной торговли именно в сети Интернет. Еще не так давно в дистанционной торговле произошел резкий поворот: уходя от продажи товаров по каталогам, в век информационных технологий торговля стремится стать более интерактивной благодаря развитию сотовой связи, повсеместному распространению смартфонов, имеющих возможность свободного доступа к сети Интернет, телевидению и радиовещанию. Таким образом, так называемая «каталожная» продажа товаров отходит на второй план, а развитие каналов продаж идет в ногу с информационным прогрессом, увеличивая при этом количество субъектов данных правоотношений в геометрической прогрессии. В настоящее время, по информации Европейской ассоциации дистанционной торговли, наблюдается стремление к перемещению торговли дистанционным способом в качестве нового информационного этапа развития самой коммерции, экономики и общества в целом.

Как мы уже отмечали выше, торговля дистанционным способом – это способ розничной реализации товаров, при котором покупатель и продавец не контактируют лично, и первая особенность – это удаленность сторон сделки, при которой товар можно оценить визуально и исключительно по описанию посредством технических средств связи, таких как аудиотекст, видеотекст, телевидение, почтовые рассылки, каталоги, телефон, интернет.

Соответственно, на основании определения дистанционных продаж можно выделить следующие характерные черты:

- обезличенность продавца и покупателя.
- невозможность тактильного контакта и проверки функционала.
- оценка товара при помощи технических средств связи: интернета, телевидения, радиовещания и пр.

Стоит отметить, что при дистанционном выборе товара, когда последний приобретается в розницу, не является реализованным дистанционно.

В законодательстве Российской Федерации определено, что дистанционной торговлей считается продажа только потребительских изделий. Реализация товаров для осуществления предпринимательской деятельности без непосредственного участия продавца и покупателя дистанционной торговлей не является. Следует отметить, что не каждый товар может быть продан дистанционно, например алкогольная продукция. Кроме того, согласно письму Роспотребнадзора от 12.10.2007 к товарам, запрещенным к дистанционной реализации относятся табак, биологически-активные добавки и лекарства.

⁴Шелихов, В.В. Дистанционная торговля в России: история, развитие, статистика / В.В. Шелихов. – М.: Юрайт, 2015. – С. 240.

Согласно п.2 ст. 497 ГК РФ «Договор розничной купли-продажи может быть заключён на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора». «Метод получения информации о товаре потенциальным покупателем является в свою очередь критерием, который разграничивает понятия дистанционного договора розничной купли-продажи и реализации товаров по образцам»⁵. Так, к способам подачи информации о товаре при торговле дистанционным способом можно отнести: картинку, видеоролик, иллюстрированную рекламу, листовки, каталоги, брошюры, статьи.

Важно отметить некоторые особенности механизма взаимодействия покупателя и продавца при дистанционной продаже товаров, которые отличают этот тип продажи от традиционного. Итак, «доставка товара – необходимое условие и обязанность продавца при исполнении своих обязательств, так как этим обязательством завершается сделка: момент передачи товара покупателю и получение квитанции об оплате»⁶.

Подразумевается, что доставка осуществляется:

- к указанному покупателем месту;
- в пункт выдачи заказов транспортной компании или продавца самовывозом;
- с помощью Почты России – опровка любого товара «до востребования» осуществляется по инициативе покупателя и только с согласия продавца.

Различия связаны с использованием курьерских услуг или специалистов по доставке.

Одной из особенностей доставки товаров при продаже дистанционным способом является обязательное представление: документов о соответствии товара; сведений о потребительских качествах продукции; определение срока эксплуатации, гарантии, правил эксплуатации; информации о порядке направления претензии или передачи товара на ремонт, а также о возврате.

Указанные сведения могут размещаться как на упаковке товара, на самом товаре, так и прилагаться отдельным документом.

Необходимо отметить, что продавец обязан соблюдать сроки и порядок доставки, а также гарантировать соответствие товара характеристикам и описанию, с которыми был ознакомлен покупатель при выборе товара.

Таким образом, исходя из определения понятия дистанционной торговли и особенностей ее осуществления, можно сделать вывод, что она представляет собой коммерческую деятельность по розничной купле-продаже товаров, которая осуществляется в виртуальных магазинах и происходит без непосредственной

⁵Поляев, В.В. Проблемы правового регулирования оборота товаров в сети Интернет: от дистанционной торговли до виртуальной собственности / В.В. Поляев. – М.: Закон, 2014. – 260 с.

⁶Кечагин, И. Продажа на дистанции. Оформление сделки / И. Кечагин // Современный предприниматель. – 2008. – № 11.

коммуникации между продавцом и покупателем в момент заключения сделки, при которой купленный товар должен быть доставлен по указанному покупателем адресу.

Как мы отмечали ранее, вслед за развитием интернета и массовых коммуникаций дистанционные продажи нашли свое надежное место в жизни людей всего мира. Такое развитие обусловило создание специальных организаций, регулирующих сферу дистанционной торговли. Такими международными организациями являются:

- Всемирная торговая организация (WTO);
- Международная торговая палата (ICC);
- Организация экономического сотрудничества и развития (OECD);
- Всемирная организация интеллектуальной собственности (WIPO).
- Европейская Ассоциация дистанционной торговли (EMOTA).

В Российской Федерации дистанционная продажа товаров регулируется определенными нормативно-правовыми актами:

- Правила продажи товаров дистанционным способом, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612;
- Гражданский кодекс Российской Федерации (ст. 497 раскрывает сущность процесса дистанционных продаж);
- закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300–1 (регулирует механизм возврата);
- Федеральный закон «О связи» от 07.07.2003 № 126–ФЗ (устанавливает правовые основы деятельности в области связи на территории Российской Федерации. В ст. 44 указывается, что услуги связи предоставляются на основании договора об оказании услуг связи между операторами связи и пользователями услуг связи);
- Федеральный закон от 06.04.2011 № 363–ФЗ «Об электронной подписи» (признает электронной подписью информацию в электронной форме, которая присоединена к другой информации в электронной форме и используется для определения лица, подписывающего информацию);
- Европейская конвенция о почтовой и дистанционной продаже.

Важную роль имеют акты Роспотребнадзора, а также некоторые другие документы. Количество актов, разъясняющих процедуру дистанционной продажи товаров непосредственно зависит от востребованности такого типа продаж, который прочно вошёл в повседневную жизнь человека.

Сегодня дистанционная торговля набирает немалые обороты, что объясняется удобством и простотой применения, а также существенной экономией.

Несмотря на вышеуказанные преимущества, договор дистанционной купли-продажи имеет пробелы в сфере законодательного регулирования, так как получил распространение относительно недавно, в отличие от стран Западной Европы. Так, в настоящее время, закона о дистанционной торговле в Российском законодательстве нет, при этом спрос на законодательное закрепление растет. Увеличение количества покупателей обусловило срочную необходимость правового регулирования рассматриваемой нами сферы торговли. Особенно

актуальным представляется «урегулирование вопроса об ответственности продавца по договору купли-продажи, заключенному дистанционным способом»⁷.

Высокий темп развития торговых отношений в области информационно-телекоммуникационных технологий, в особенности в части дистанционных продаж, провоцирует возникновение потребности в развитии нормативно-правового обеспечения указанной сферы хозяйственной деятельности. В связи с тесной взаимосвязью дистанционной торговли с розничной торговлей возникает необходимость применения законодательства о торговле непосредственно к рассматриваемым дистанционным торговым отношениям. Совокупность нормативно-правовых актов, которые регулируют сферу дистанционной торговли, можно условно систематизировать следующим образом.

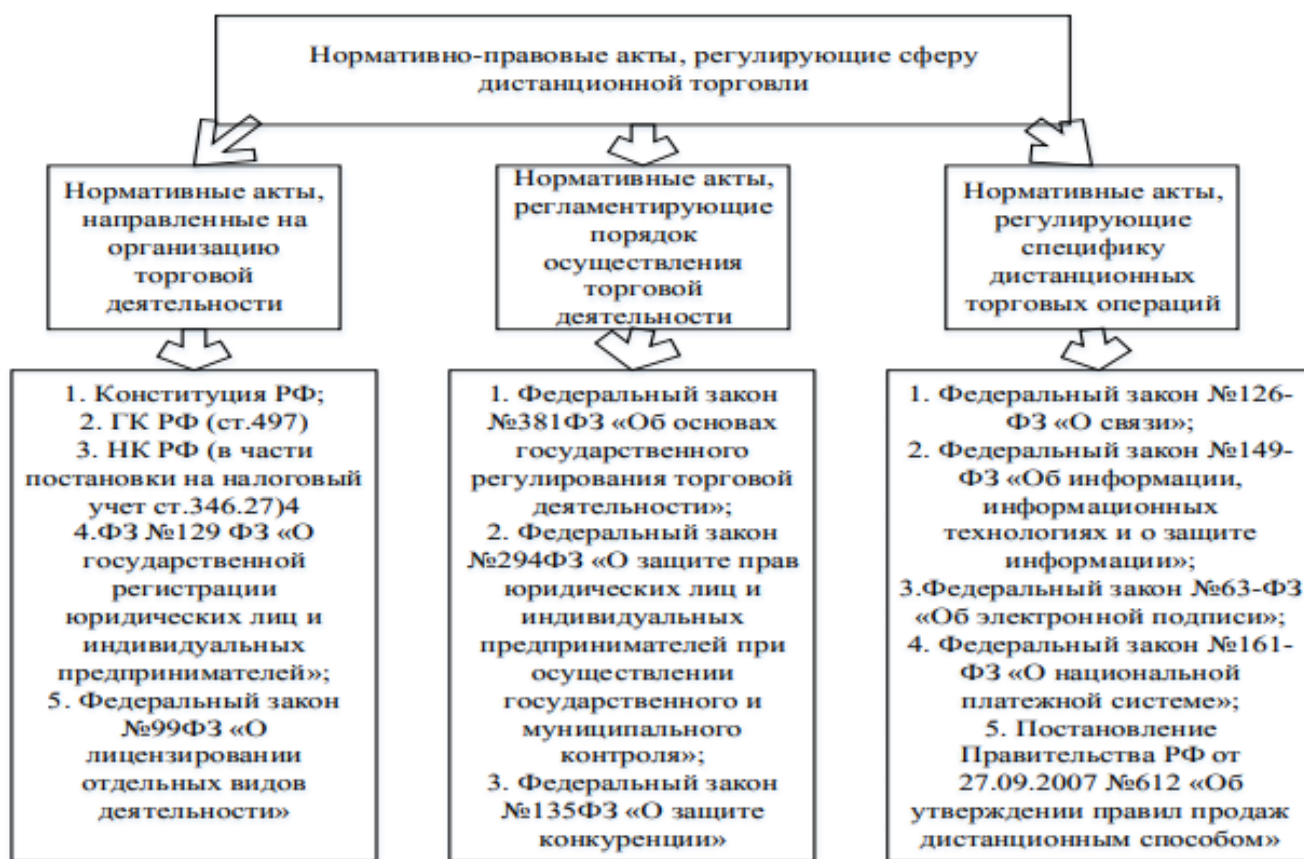


Рисунок 1 –Схема нормативно – правовых актов, регулирующих сферу дистанционной торговли

Как в своей работе указывает О.А. Белова – договор о дистанционной продаже товара, может быть заключен при помощи «ознакомления покупателей с предложенным продавцом описанием товара, его фото снимков, посредством предоставления в каталогах, буклетах, средствах связи, Интернет-магазинах или иными способами, исключая возможность непосредственного

⁷Фролов, И.В. Некоторые аспекты правового регулирования дистанционной торговли в России / И.В. Фролов // Вестник РГГУ: Серия «Юридические науки». – 2016. – № 9. – С. 189.

ознакомления покупателя с товаром, либо образцом товара при заключении договора»⁸.

Такое определение заключения договора отражено также в ч.1 ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей». Из данного положения следует, что «договор дистанционной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи или иными исключаяющими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром, либо образцом товара при заключении договора способами»⁹.

Особое внимание также стоит уделить закону «О рекламе»¹⁰. В данном документе реклама определяется как информация, распространяемая любым способом и в любой форме, с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направляемая на привлечение внимания к объектам рекламирования, а также формирования поддержания интереса к нему и его продвижению на рынке. Реклама должна быть достоверной и добросовестной. Недостоверной считается реклама, которая содержит несоответствующие действительности сведения: о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах и т. д.

Важно заметить, что при размещении рекламы о дистанционной продаже, в ней должны быть указаны сведения о продавце товаров, а именно: наименование, место нахождения, государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя. Исходя из вышеизложенного, предложение (оферта) о дистанционной продаже товара является своего рода рекламой, которая должна соответствовать требованиям закона «О рекламе».

Итак, понятие дистанционной продажи имеет четкое определение и содержится в Правилах продажи товаров дистанционным способом (утверждены Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 № 612). При такой торговле покупатель лишен возможности ознакомиться с приобретаемым товаром визуально, тактильно оценить его физические и химические свойства, потребительские характеристики и т. п. Потребитель может сделать выбор опираясь, только на описание товара и его изображение, это ключевое условие отличающее дистанционную торговлю от традиционной.

⁸Белова, О.А. Правовая характеристика существенных условий договора дистанционной купли-продажи определяющих его место в системе договоров купли-продажи / О.А. Белова // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2015. – № 1 (26). – С. 110–111.

⁹Федеральный закон от 07.02.1992 г. № 2300–1 «О защите прав потребителей». – СПС «Гарант».

¹⁰Федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38–ФЗ «О рекламе». – СПС «Гарант».

1.2 Особенности дистанционного способа продажи товара

Правовое регулирование дистанционной торговли в России осуществляется Гражданским кодексом, в частности ст. 497¹¹ содержит условия заключения договора купли-продажи дистанционным способом, а также последствия заключения такого договора. Эта сфера коммерции регулируется также Законом Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей»¹², в котором дистанционной торговле отведена отдельная статья – 26.1 «Дистанционный способ продажи товара». В нормативно-правовых актах рассматриваемый нами вид торговли рассматривается как дистанционный способ продажи.

В Российском законодательстве были также разработаны определенные «Правила продажи товаров дистанционным способом»¹³, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 27 сентября 2007 г. № 612, в которых содержатся основные понятия применительно к дистанционной торговле, требования к содержанию информации о продавце и товаре, обязательные условия заключения договора купли-продажи, права и обязанности покупателей и продавцов. Но, к сожалению, нормативно-правовые акты зачастую имеют пробелы.

В «Правилах продажи товаров дистанционным способом»¹⁴ перечислены средства коммуникации посредством, которых происходит выбор приобретаемого товара и заключение дистанционного договора купли-продажи, характеризующие данную сделку как дистанционная. Таким образом можно сделать вывод, что продажа товаров через Интернет является дистанционным способом продажи товаров. Особенности дистанционных продаж состоят в следующем: отсутствие непосредственной визуальной коммуникации между продавцом и покупателем, невозможность тактильного ознакомления с товаром и его образцом, а также заключение дистанционного договора купли-продажи. Так, договор о дистанционной купле-продаже товара заключается в виртуальном магазине, по факту – в месте нахождения продавца и месте нахождения потребителя. В-третьих, законодательством точно определен предмет рассматриваемого нами договора – это товар, что закреплено в положениях ст. 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» и в п. 2 Правил продажи товаров дистанционным способом. В-четвертых, особый субъектный состав возникающих правоотношений, что связано с передачей товара от продавца покупателю зачастую через посредника – организатора доставки товара. Субъектный состав рассматриваемых отношений не подпадает под круг тех лиц, кто участвует в

¹¹Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 1 и 2. Полный сборник кодексов. – М. Юристь, 2008. – 356 с.

¹²Федеральный закон от 07.02.1992 г. № 2300–1 «О защите прав потребителей». – СПС «Гарант».

¹³Постановление Правительства Российской Федерации от 21.07.1997 г. № 918 «Об утверждении Правил продажи товаров по образцам». – СПС «Гарант».

¹⁴ Там же.

потребительских отношениях, предусмотренных преамбулой Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» и п. 2 Правил продажи товаров дистанционным способом. В-пятых, рассматриваемый нами договор является не самостоятельным видом договора, а представляет собой одну из форм розничной продажи купли-продажи товаров. В-шестых, наличие промежутка времени, который разделяет момент заключения договора и его окончательное исполнение. Вышеназванные особенности дистанционных продаж вызывают ряд вопросов у продавца и покупателя.

Во-первых, законодательство Российской Федерации в отношении дистанционной торговли товарами содержит только норму, но никаким образом не регулирует порядок и условия предоставления услуг дистанционным способом. Исходя из этого становится ясно, что, приобретая определенную услугу через Интернет (например, видеокурсы повышения квалификации для специалистов определенного профиля) защита для покупателя со стороны законодательства не предусмотрена. Во-вторых, расстояние, которое разделяет продавца и покупателя. Приходя за товаром в реально-существующий магазин, покупатель может точно знать наименование магазина, местоположение, на документе, подтверждающем оплату товара в обязательном порядке содержатся сведения об ИНН; по имеющимся данным можно получить дополнительную информацию для идентификации продавца из ЕГРЮЛ и ЕГРИП для дальнейшей защиты своих прав как потребителя в Роспотребнадзоре и суде. При дистанционной торговле зачастую потребитель только получает товар. Так, многие продавцы, участвующие в торговой системе, не считают нужным предоставить на сайте полную информацию о себе как о субъекте торговых отношений. Или же иная ситуация, когда наименование сайта и адрес, указанный в нем, не совпадают с представленной информацией на платежном документе. Кроме того, в настоящее время продажами зачастую занимаются рядовые люди, не зарегистрированные в установленном порядке в качестве индивидуальных предпринимателей. Такие обстоятельства представляют собой сложности при защите потребителем своих прав. В-третьих, как мы уже отмечали ранее, дистанционный способ торговли – это не самостоятельный вид договора, а одна из форм договора розничной купли-продажи. Порядок и условия договора дистанционной купли-продажи, а также его форма не закреплены в нормах действующего в Российской Федерации законодательства. «Как правило, в современных условиях договор с покупателем может вообще не составляться»¹⁵, либо составляться с существенными нарушениями, ущемляющими права потребителя. Как правило, на сайте интернет магазина существует готовая форма бланка заказа, в которой необходимо указать данные: ФИО, паспортные данные, адрес доставки, время доставки и т. д., но на практике этот бланк не является документом, в котором указываются права и обязанности покупателя и продавца, ответственность сторон, порядок разрешения споров и т. п. Кроме того, зачастую

¹⁵Симонян, А.Л. Защита прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / А.Л. Симонян // Молодой ученый. – 2018. – № 4. – С. 154–156.

встает вопрос о моменте заключения договора. Пункт 20 Правил продажи товаров дистанционным способом гласит: договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар. На практике же, направляя бланк заказа в виртуальный магазин, покупатель получает ответ о том, что заказ получен и следует ожидать уточнения данных о товаре посредством телефонной связи с оператором. Такое сообщение покупатель воспринимает как уведомление о принятии акцепта на оферту со стороны продавца в соответствии с п. 2 ст. 437 ГК РФ. Однако, нередко продавцы не исполняют в таком случае своих обязательств, «не совершают ответных действий, тем самым нарушая право покупателя на заключение договора»¹⁶ о дистанционной купле-продаже заказанного товара. В-четвертых, срок доставки товара покупателю. Так, например, глобальный интернет-магазин Alibaba.com, специализирующийся на продаже товаров по всему миру, устанавливает ориентировочные сроки доставки в города Российской Федерации около двух месяцев. Хорошо если товар нужен не срочно и потребитель может ждать, а если вещь необходима, например, к определенной дате. Согласно «Правилам продажи товаров дистанционным способом» продавец обязан передать товар покупателю в порядке и сроки, которые установлены в договоре. В соответствии с правилами продажи товара дистанционным способом продавец должен доставить товар покупателю в указанные в договоре сроки, в случае отсутствия таких условий в договоре – в разумный срок. В этом случае, если продавец не выполняет свои обязательства в части доставки товара в разумный срок, покупатель имеет право обратиться с претензией, в течение семи дней продавец в свою очередь должен выполнить принятые на себя обязательства.

Кроме того, зачастую бывает, что нарушаются не только сроки доставки товара, но и отправка не того товара, игнорирование заказа, получение товара с недостатками и дефектами, отказ продавца от возмещения причиненного ущерба в добровольном порядке и прочие нарушения. Однако, этих проблем можно избежать в случае ответственного подхода к выбору магазина дистанционной торговли, а также при обязательном условии защиты государством законных прав потребителей.

Российское законодательство стремится к все более полному охвату направления дистанционных продаж широкого спектра товаров. Это связано с созданием механизма доставки товара, его выбора, ознакомления с ним. Кроме того, предусмотрена возможность возврата качественного и некачественного товара, что гарантирует защиту прав покупателя.

Согласно Постановлению Правительства РФ № 612, под продажей товаров дистанционным способом понимается «продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с

¹⁶Савенкова, И.В. Дистанционная торговля и ее место в ритейлинге / И.В. Савенкова // Молодой ученый. – 2016. – № 8. – С. 659–663.

предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора»¹⁷. Получается, что отсутствие возможности тактильного ознакомления с товаром до момента его получения покупателем от посредника является главной особенностью такого рода сделки.

Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» в пункте 2 статьи 26.1 указывает на то, что до заключения договора розничной купли-продажи продавец должен предоставить информацию «об основных потребительских свойствах товара, об адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, о полном фирменном наименовании (наименовании) продавца (изготовителя), о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора»¹⁸.

Таким образом, о порядке и сроках возврата, а также об информации о самом товаре продавец обязан письменно ознакомить потребителя.

Пункт 4 статьи 26.1 вышеназванного документа предоставляет право потребителю «отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара – в течение семи дней»¹⁹.

В течение трех месяцев с момента получения товара у покупателя есть право на отказ от товара в том случае, если продавец не предоставил информацию о сроках. В этом случае можно говорить о нарушении принципа равенства субъектов правоотношений, так как законодательно в такой ситуации покупатель находится в заведомо выигрышном положении. Таким образом получается, что потребитель, который не знает положений Закона Российской Федерации «О защите прав потребителя», имеет возможность воспользоваться своим положением, тем самым делая продавца уязвимым.

Кроме того, согласно действующему законодательству покупатель имеет возможность вернуть в адрес продавца и качественный товар, который был куплен по договору дистанционной купли-продажи, при соблюдении некоторых условий: сохраненный товарный вид и потребительские свойства товар, а также наличие документов, который подтверждает оплату товара. Кроме того, в некоторых случаях покупатель имеет права не предъявлять такой документ, ели

¹⁷Постановление Правительства Российской Федерации от 21.07.1997 г. № 918 «Об утверждении Правил продажи товаров по образцам». – СПС «Гарант».

¹⁸Федеральный закон от 07.02.1992 г. № 2300–1 «О защите прав потребителей». – СПС «Гарант».

¹⁹Там же

может доказать иными способами факт приобретения товара дистанционным способом.

Продавец обязан вернуть денежные средства, которые покупатель внес за товар в случае отказа от него, за минусом расходов, понесенных в связи с доставкой предмета договора дистанционной купли-продажи. Денежные средства должны поступить в адрес покупателя не позднее десяти дней с момента отказа от неподошедшего товара.

Ст. 18–24 Закона «О защите прав потребителей» регулируются последствия продажи дефектных товаров в сфере розничной купли-продажи, что также применимо к последствиям продаж, совершенных дистанционным способом.

Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» предусмотрены меры ответственности продавца в виде неустойки, компенсации морального вреда, возмещения убытков при невыполнении принятых на себя обязательств.

Согласно бытующему мнению о моменте заключения договора дистанционной купли-продажи товаров с момента получения документа, подтверждающего оплату товара, следует отметить, что такими документами могут являться: кассовый или товарный чек, а также электронное письмо.

Акт сдачи – приемки товара или накладная считаются документами, которые подтверждают оплату в том случае, если товар приобретается в кредит или безналичным платежом. Однако, такие документы не применимы в случае, когда покупатель осуществляет оплату банковской картой.

Исходя из изложенного, становится ясно, что «продажа товаров дистанционным способом законодательно урегулирована, и покупатель в этом случае рассматривается как более слабый субъект, требующий защиты. Вместе с тем требуется включение в Закон РФ «О защите прав потребителей» нормы, отсылающей к Постановлению Правительства РФ № 612 и легитимирующей его»²⁰.

Стоит отметить, что в связи с относительной новизной такого явления как дистанционные продажи, наблюдается недостаток статей, книг, монографий, посвященных данной сфере, рассматриваемая тема недостаточно изучена в литературе, проблеме защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом посвящены только некоторые работы. Так, Ю.Е. Гузова, анализируя данный способ продаж и его особенности, говорит о том, что «иногда некоторые товары доходят до покупателя в течении нескольких месяцев, это устроит потребителя, если продукт потребления срочно не нужен, но что, если данная вещь необходима, к примеру, к определенному сроку. В тех случаях, когда сроки доставки товара не определены, а возможности для определения нет, то продавец должен передать товар в разумный срок»²¹.

²⁰Арутюнян, М.С. Механизм защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом / М.С. Арутюнян // Аграрная наука. – 2016. – № 1. – С. 185–191.

²¹Гузова, Ю.Е. Особенности продажи товаров дистанционным способом и проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров через Интернет / Ю.Е. Гузова // Общественное научное мероприятие. – 2014. – № 1. – С. 33–35

И.Г. Мошкало в своей работе отмечает, что зачастую при покупке товаров дистанционным способом потребители сталкиваются с недобросовестными продавцами. Потребитель «в слепую» заказывает товар дистанционным способом, руководствуясь отзывами и оценками товара и надеясь на то, что данная информация и информация о продавце является действительной. Конечно, Уголовным Кодексом РФ предусмотрена квалификация данного деяния в качестве мошенничества, но «из-за высокой латентности данного преступления привлечение продавца к ответственности практически невозможно»²².

Также считает Р.Р. Абдурахманов, в своей работе он изучает основные положения о защите прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров. Он проводит анализ особенностей данного правового института, выявляет недостатки нормативно-правовой базы в части дистанционных продаж, предлагает варианты решения данных проблем. Он обозначает ключевые моменты, которые, по его мнению, должны быть включены в Закон «О защите прав потребителей».²³

Например, если потребитель отказывается от товара, то продавец должен возратить денежную сумму, уплаченную по договору, за исключением расходов, понесенных в связи с доставкой товара. В случае если компромисс не найден, а продавец и покупатель настаивают каждый на своей правоте, то лучшим решением станет проведение экспертизы. В этом случае оплата указанной процедуры должна исходить от продавца. При проведении экспертизы покупатель имеет право на присутствие, а также на обжалование результатов в том случае если они покажутся неудовлетворительными. В случае установления в процессе проведения экспертизы дефектов товара, появившихся в ходе ненадлежащего использования, покупатель должен будет возместить понесенные расходы продавцу.

Проводя анализ процесса защиты прав потребителей при продаже товара дистанционным способом М.С. Арутюнян утверждает, что Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» в части дистанционного способа продажи товаров не указывает на нормативно-правовые акты, которыми регулируется данная сфера коммерческой деятельности, то есть не имеет даже отсылки на Постановление Правительства РФ № 612. По мнению М.С. Арутюнян, необходимо внести соответствующие отсылочные изменения в данный документ.

В.В. Архипов анализируя законодательство о защите прав потребителей, считает, что он «ставит покупателя в заведомо преимущественное положение и нарушает принцип равенства участников гражданских правоотношений»²⁴.

²²Мошкало, И.Г. Проблемы защиты прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / И.Г. Мошкало // Приднепровский научный вестник. – 2018. – № 1. – С. 6–8.

²³Абдурахманов, Р.Р. Защита прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / Р.Р. Абдурахманов // NovaUm.Ru. – 2017. – №6. – С. 213–215.

²⁴Архипов, В.В. Проблемы правового регулирования оборота товаров в сети Интернет: от дистанционной торговли до виртуальной собственности / В.В. Архипов. – М.: Закон, 2014. – С. 120–143.

Продавец обязан заключить договор с любым покупателем, имеющим намерение купить товар, предложенный в его описании.

Важно отметить, что обнаруженные дефекты товара в течение двух лет с момента его получения, но возникшие еще до передачи товара покупателю, дают право последнему на предъявление претензии продавцу. Так, если срок гарантии не указан, общим сроком согласно действующему законодательству, является два года, если иные периоды времени не установлены законодательством или договором купли-продажи.

Сроки гарантии и сроки службы товара исчисляются с момента передачи его потребителю, если иные условия не обозначены в договоре. Например, для товаров сезонного типа сроки начинают отсчитываться в соответствии с нормативными актами субъектов на основании климатических условий места проживания покупателя. При доставке купленного в Интернете товара сроки начинают течь с момента доставки товара покупателю. При невозможности определения срока его начало совпадает с днем заключения договора о купле-продаже товара. Сроки для устранения выявленных в товаре недостатков аналогичны срокам при купле-продаже розничного типа.

Товар, который был создан специально под определенного потребителя и использование другими людьми не представляется возможным, вернуть нельзя. Если полученный товар не соответствует условиям сделки в отношении количества, ассортимента, комплектности, то срок, данный потребителю для уведомления об ошибке, составляет 20 дней. При возврате товара важно, чтобы товарный вид продукта не был утерян, отсутствовали следы эксплуатации, что поможет в дальнейшей реализации товара продавцом другому покупателю.

Законодательством Российской Федерации не установлена ответственность продавца за нарушение срока в 10 дней для возврата денежных средств покупателю при совершении возврата товара, купленного дистанционным способом. Последствия дистанционной продажи товара ненадлежащего качества совпадают с такими же последствиями при обычной розничной продаже, и регулируются статьями 18–24 Закона РФ «О защите прав потребителей». Как отмечалось выше, Постановление Правительства РФ № 612 является нормативно-правовым актом, который как раз более конкретно и регулирует правила дистанционной продажи.

Так, в пункте 3 Правил продажи товаров дистанционным способом указано, что «продавец обязан предложить покупателю услуги по доставке товаров путем их пересылки почтовыми отправлениями или перевозки с указанием используемого способа доставки и вида транспорта»²⁵. Учитывая необходимость привлечения квалифицированных рабочих для подключения и наладки технически-сложного товара, а также для его запуска в эксплуатацию, к

²⁵Постановление Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 г. № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом». – СПС «Гарант».

обязанностям продавца относится предупреждение потребителя об участии соответствующих специалистов.

Такого же мнения придерживается О.В. Ащева, она считает, что требуется уделить большее внимание развитию законодательства в области защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров и способам разрешения возникающих проблем в данной области. Она говорит о том, что существенные пробелы в современном законодательстве в области дистанционной купли-продажи становятся причиной возникновения проблем защиты прав потребителей. Следовательно, «требуется уделять больше внимания развитию законодательства и способам разрешения правовых проблем, возникающих при осуществлении дистанционной купли-продажи²⁶».

А.В. Гусаров выдвигает идею о необходимости систематизации законодательства в области дистанционной купли-продажи, разработки единых правил для всех участников этого процесса. А.В. Гусаров считает необходимым создание нормативной базы с целью расширения возможностей саморегулирования деятельности продавцов при дистанционной торговле. Важно обязать связывание доменного имени сайта с определенным продавцом, что кроме всего прочего позволило бы урегулировать процесс налогообложения дистанционной купли-продажи.

«Обязательно законодательное закрепление гарантий покупателям путем:

- 1) обязательного предоставления информации об индивидуальных особенностях электронного договора перед заключением купли-продажи;
- 2) законодательного закрепления перечня минимальных сведений, необходимых для заключения договора дистанционной купли-продажи;
- 3) законодательного закрепления коммерческого сайта (его юридическая регистрация, закрепление за продавцом, сведения об информационном посреднике и т. д.);
- 4) введения ответственности информационных посредников за предоставление недостоверной информации»²⁷.

Из-за сложной сетевой инфраструктуры, отличия технологических ресурсов между разными юрисдикциями не представляется возможным применять классические правила определения юрисдикции к дистанционным отношениям в сети Интернет. «Разногласия появляются также в сфере применения действующих международных соглашений при купле-продаже с использованием электронного обмена данными»²⁸.

²⁶Ащева, О.В. Актуальные проблемы защиты прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / О.В. Ащева // Материалы XXXVIII Международной научно-практической конференции. – 2018. – № 1. – С. 219–220.

²⁷Гусаров, А.В. Проблемы защиты прав потребителей по договору дистанционной купли-продажи / А.В. Гусаров // Студенческий: научный журнал. – 2017. – № 19 (19). – С. 24–26.

²⁸Щипкова, Ю.В. Проблемы правового регулирования продаж товаров дистанционным способом посредством сети Интернет / Ю.В. Щипкова // Концепции устойчивого развития науки в современных условиях. – 2017. – № 1. – С. 244–248.

П.О. Сергеева в своей работе также изучает некоторые проблемы правового регулирования дистанционной продажи товаров, в том числе в области защиты прав потребителей, автор анализирует судебную практику в этой сфере, а также предлагает пути решения существующих проблем. Также П.О. Сергеева отмечает отличительные черты дистанционной торговли.

Автор утверждает, что при выборе товара потребитель не имеет возможности непосредственно увидеть товар или его образцы, ознакомление происходит исключительно при помощи коммуникативных средств: телефония, телевидение, радиовещание, каталог, сеть Интернет, почтовая рассылка и других средств коммуникации. П.О. Сергеева считает, что эта особенность и является «ключевой для разработки эффективного механизма правового регулирования дистанционной торговли, в том числе обуславливает предоставление потребителю по договору розничной купли – продажи, совершенной дистанционным способом, иных прав, чем потребителю, приобретающему товар посредством традиционной торговли».²⁹

Особенность продажи товаров дистанционным способом состоит в том, что покупатель не может ознакомиться с товаром «воочию» до момента его получения. Оба субъекта дистанционной торговли на момент вступления в договорные отношения не видят друг друга. Покупатель принимает оферту путем заполнения бланка заказа на сайте продавца, тем самым принимая предложение. Оплата может быть осуществлена различными способами: банковской картой, электронными деньгами и т. п. Безусловно, покупатель в этом случае находится в уязвимом положении.

Анализируя приведенные выше мнения авторов, можно выделить следующие проблемы в области защиты прав потребителей при заключении договора о дистанционной продаже товара.

1. Сложности в идентификации покупателя при заключении договора в электронном виде. В этом случае вопрос встает о форме сделки. Гражданский кодекс Российской Федерации предусматривает возможность совершения сделок в устной форме, если законом не предусмотрено иное. Защита персональных данных граждан Российской Федерации предусмотрена лишь на территории Российской Федерации, что, несомненно, подразумевает ряд затруднений при дистанционной купле-продаже в иностранных Интернет-магазинах.

2. Достоверность информации о посреднике. Так, согласно п. 8 Правил продажи товаров дистанционным способом продавец обязан предоставить достоверную информацию о свойствах товара, месте его изготовления, цене и условии приобретения, о месте нахождения продавца и полном его наименовании, о сроке, который обуславливает предложение, о дистанционной купле-продаже и др. Однако, информацию о посредниках продавец согласно законодательству имеет право не предоставлять.

²⁹Сергеева, П.О. Проблемы правового регулирования купли-продажи товаров дистанционным способом / П.О. Сергеева // Синергия наук. – 2018. – № 24. – С. 1048–1059.

Сайт представляет собой нематериальную корреляцию программного обеспечения и информации, таким образом сложно представить себе данный факт в качестве постоянного представительства, где продавцом размещается вышеназванная информация. Именно при помощи сторонних специалистов большинство продавцов в сфере дистанционной торговли имеют возможность организовывать свою деятельность в Интернет-пространстве.

Таким образом, нет никакой гарантии о достоверности информации, размещенной на сайте в сети Интернет. Следовательно, назревает вопрос о необходимости введения в законодательство меры ответственности владельцев сайтов (продавцов) за информацию, размещаемую на ресурсах.

3. Проблема юрисдикции стала все более актуальной с появлением сети Интернет, охватившей весь мир, за что и получившей свое название «Всемирная паутина». Этот вопрос заключается в «выборе между применением национального законодательства «О защите прав потребителей» и отдельных положений, связанных с ведением дистанционной купли-продажи»³⁰.

Список перечисленных выше проблем не является исчерпывающим, но при грамотном подходе к выбору виртуального магазина, многих проблем удастся избежать или решить в установленном законодательством порядке. Кроме того, развитие нормативно-правовой базы происходит параллельно с развитием дистанционной торговли.

Выводы по разделу 1

В первом разделе мы выяснили, что же подразумевает законодатель под выражением «дистанционный способ продажи товара», а также выяснили какие трактовки предлагают авторы, затрагивающие данную проблему.

Дистанционная торговля представляет собой коммерческую деятельность по розничной купле-продаже товаров, которая осуществляется в виртуальных магазинах и происходит без непосредственной коммуникации между продавцом и покупателем в момент заключения сделки, при которой купленный товар должен быть доставлен по указанному покупателем адресу.

Так, Правила продажи товаров дистанционным способом (утверждены Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 № 612) определяют, что под продажей товаров дистанционным способом понимается продажа товаров по договору розничной купли-продажи, который заключается на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара такими способами, которые при заключении договора дистанционной купли-продажи не допускают возможности непосредственного ознакомления покупателя с товаром или же его образцом товара.

³⁰Тимаков, А. Интернет-торговля: ограничения и запреты / А. Тимаков // ЭЖ-Юрист. – 2016. – № 17-18. – С. 11.

Главным отличием дистанционной продажи товаров от иных способов продажи – это невозможность покупателя лично ознакомиться с предлагаемым товаром, ни с его образцом, а характерными чертами являются – обезличенность продавца и покупателя, невозможность тактильного контакта и проверки функционала, оценка товара при помощи технических средств связи: интернета, телевидения, радиовещания и пр. Это в свою очередь свидетельствует о необходимости более точного урегулирования механизма заключения договора о дистанционной продаже товара. Кроме того, для покупателя, наименее защищенного субъекта в рассматриваемых правоотношениях, необходимо предусмотреть возможность увеличения срока для расторжения договора. Для эффективного развития и функционирования рассматриваемой нами системы продажи товаров необходимо внести изменения в законодательство о защите прав потребителей при дистанционном способе, организуя тем самым правовой баланс между покупателем и продавцом.

Одной из особенностей доставки товаров при продаже дистанционным способом является обязательное представление: документов о соответствии товара; сведений о потребительских качествах продукции; определение срока эксплуатации, гарантии, правил эксплуатации; информации о порядке направления претензии или передачи товара на ремонт, а также о возврате.

Правовое регулирование рассматриваемой темы осуществляется следующими актами: Правилами продажи товаров дистанционным способом, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612, Гражданским кодексом Российской Федерации, закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300–1 и другими.

На основании нормативно-правовых актов и практики совершения дистанционных покупок, вы выявили особенности заключения договоров, а также особенности защиты прав потребителей при покупках, совершенных дистанционным способом.

2 ПРАВИЛА ПРОДАЖИ ТОВАРОВ ДИСТАНЦИОННЫМ СПОСОБОМ

2.1 Информация, предоставляемая покупателю при дистанционном способе продажи товаров

Правоотношения в области дистанционной торговли, которые осуществляются на основании ознакомления с товаром покупателя в соответствии с предложенным продавцом описанием товара в каталогах, проспектах, буклетах, фотоснимках, средствах связи (телевизионных, почтовых, радиосвязи и других, в том числе через Интернет) или прочими методами, которые не представляют непосредственной возможности ознакомиться с товаром покупателю, или же с его образом при заключении договора дистанционной купли-продажи товаров, как мы уже отмечали ранее, регулируются ст. 497 Гражданского кодекса Российской Федерации, ст. 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей» и Правилами продажи товаров дистанционным способом.

Продавец (организация, индивидуальный предприниматель) до заключения договора о дистанционной продаже товаров должен обеспечить предоставление потребителю в полном объеме, предусмотренном действующим законодательством: данные о продавце (полное наименование общества, фамилия, имя и отчество индивидуального предпринимателя), сведения об адресе, месте изготовления товара, основных потребительских свойствах товара, стоимости, условиях доставки, сроке службы, сроке годности и гарантии, порядке оплаты стоимости товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора. Такая информация должна доводиться до покупателя в наглядной и доступной форме способами, которые обеспечивают выполнение требований законодательства.

В случае отсутствия указанных сведений у покупателя значительно уменьшаются шансы на реализацию своих прав как потребителя, в том числе отказаться от исполнения договора купли-продажи некачественного товара.

Стоит обратить внимание, что продавец принимает на себя обязанность по письменному ознакомлению покупателя в момент доставки с указанными сведениями. Помимо сказанного выше, «покупатель должен получить информацию от продавца относительно его права на отказ от товара до момента его получения, а также о сроках и порядке возврата товара в случае его получения, в том числе о праве на возврат после передачи товара покупателю в течение семи дней»³¹. При выполнении доставки посредником об этом также покупатель должен быть уведомлен продавцом. Вместе с товаром продавец передает покупателю относящиеся к товару документы (сертификат качества, технический паспорт, инструкцию и пр.).

³¹Катарская, С.А. Особенности и проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом / С.А. Катарская // Актуальные проблемы гражданского права. – 2015. – № 1. – С. 140–152.

При доставке товара в срок, но при отсутствии указанных сведений документов рекомендуется не принимать товар. К тому же товар можно вернуть без обоснований возврата в определенный срок. В случае если информация о сроке возврата товара и его порядке не представлена в письменной форме в момент доставки, покупатель вправе отказаться от товара в течение трех месяцев с момента его получения.

Зачастую продавцы «пренебрегают этими требованиями и умышленно не доводят до покупателя полную, необходимую и достоверную информацию о продавце»³², что создает трудности при определении ответчика в суде.

Кроме того, нередко продавцы могут включать договоры дистанционной продажи товаров условия, которые ущемляют права потребителей вразрез с нормами законодательства в сфере защиты прав потребителей.

В качестве примера можно привести такие условия, как срок возврата товара. Порядок возврата приведен в ПРИЛОЖЕНИИ А. Так, п. 4 ст. 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей» и п. 21 Правил продажи товаров дистанционным способом предусмотрено право покупателя вправе отказаться от товара надлежащего качества в любое время до его передачи, а после передачи товара – в течение семи дней.

Что же касается товара с дефектами, п. 1 ст. 18 Закона РФ «О защите прав потребителей» и п. 28 Правил продажи товаров дистанционным способом устанавливается право покупателя на замену такого товара, на уменьшение его стоимости, на устранение недостатков силами продавца, на возврат денежных средств и возмещение убытков.

Так, продавцы нередко пользуются незнанием покупателями законодательства и ущемляют права потребителей путем возврата денежных средств только после повторной реализации товара после возврата, в то время как ст. 22 и п. 4. ст. 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», п. 21 Правил продажи товаров дистанционным способом установлен десятидневный срок со дня предъявления потребителем такого требования.

Кроме того, в договор дистанционной продажи товара зачастую включают пункты о невозможности возврата товара, бывшего в употреблении, а также товара, который включен в «Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации», утвержденный постановлением Правительства РФ от 19.01.1998г. № 55, что также противоречит нормам действующего законодательства.

Как было упомянуто ранее, такая информация, в том числе о сроках и порядке возврата товара, в соответствии с п. 3 ст. 26.1 Закона о защите прав потребителей должна быть предоставлена в письменном виде покупателю в момент доставки товара.

³²Мейлева, А.В. Защита прав потребителей по договору дистанционной купли-продажи / А.В. Мейлева // Студенческий: научный журнал. – 2017. – № 19 (19). – С. 24–26.

Возврат товара, качество которого соответствует заявленным характеристикам и техническим условиям (при их наличии), осуществляется при соблюдении определенных требований законодательства.

1. Внешний товарный вид и потребительские свойства товара должны оставаться в первоначальном виде, то есть неизменными. Важным фактором также является документ об оплате товара покупателем. Стоит отметить, что наличие такого документа, который подтверждает факт оплаты товара, не является обязательным при наличии иных доказательств приобретения определенного товара у конкретного продавца. Равнозначным документу об оплате доказательством может служить оферта, направленная покупателю продавцом, электронный вариант переписки между продавцом и покупателем, показания свидетелей и т. п. Однако, это не означает что сохранение документов, подтверждающих договорные отношения с продавцом, способствует защите прав потребителя в полной мере, так как это совсем не упрощает и не ускоряет удовлетворение продавцом требований потребителя.

2. Важно отметить, что отказ от товара, который был, к примеру, сшит по определенным меркам, то есть изготовлен по исключительным пожеланиям заказчика, невозможен, т. к. свойства товара не позволяют использовать его для продажи другим покупателям. Такая купля-продажа смежна с понятием выполнения заказа, определенных работ и услуг по заказу покупателя на создание определенной вещи. Следовательно, речь идет уже не о купле-продаже, а о выполнении определенных работ, услуг по заказу потребителя на создание эксклюзивного продукта. Однако, потребитель имеет право на доказывание обратного, что товар не является индивидуально определенной вещью и может быть использован другими потребителями.

3. В случае отказа потребителя от товара надлежащего качества, приобретенного дистанционным способом, продавец должен вернуть покупателю деньги, уплаченные за товар, удержав от покупателя расходы на оплату доставки в соответствии с п. 4 ст. 26.1 Закона о защите прав потребителей.

Законодательно не предусмотрена форма заявления о возврате товара, однако определен срок исполнения своих обязательств продавцом – не позднее десятидневного срока с момента получения требования вернуть денежные средства или иным другим образом, по согласованию с покупателем, возместить причиненный ущерб.

До того момента, пока покупатель не получил товар лично, принимая во внимание отсутствие возможности тактильно оценить выбранный товар, опробовать функционал товара, законодательно установлено, что покупатель имеет право отказаться от выполнения условий договора розничной купли-продажи дистанционным способом. Бремя возмещения убытков по доставке товара в этом случае лежит на приобретателе. «Другими словами, потребитель в праве отказаться от своего заказа до момента его непосредственной передачи, но обязан возместить продавцу все затраты на доставку заказа. Также, в соответствии с «Правилами продажи товаров дистанционным способом»,

покупатель в праве отказаться от товара и уже после его получения – в течение семи дней»³³.

Итак, обобщим информацию, на которую необходимо обращать внимание при совершении покупок дистанционным способом.

1. Полное наименование продавца, которое должно совпадать с информацией, содержащейся в ЕГРЮЛ или ЕГРИП (указание на форму юридического лица), что обеспечивает потребителю более быстрое обращение к продавцу (изготовителю) в случае возникновения вопросов.

2. Юридический адрес и адрес места нахождения продавца; кроме того, должен быть указан номер телефона, факс, электронный адрес и сайт (при его наличии), что способствует быстрому установлению контакта с продавцом в случае необходимости.

3. Место изготовления товара, которое не ограничивается страной изготовления, а должно содержать в себе полные реквизиты адреса изготовителя: город, улица, помещение и пр. Следует отметить, что покупатель должен иметь возможность на получение такой информации в доступном виде, то есть, например, бар-код или штрих-код доступными видами информации для покупателя не являются.

4. Основные потребительские свойства и характеристики товара. Указанная информация способствует более точному определению для покупателя необходимой модели товара (предназначение, состав, меры предосторожности и т. п.), а в случае недостаточности представленной информации потребитель имеет право обратиться за дополнительными сведениями к продавцу.

5. Условия и цена приобретения товара. В последнее время в целях привлечения внимания к товару продавцы указывают без учета налогов или расходов на доставку, указание мелким шрифтом на срок проводимой акции, и т. п. Кроме того, при продаже в социальных сетях зачастую продавцы не указывают стоимость товара, желая сообщать ее каждому обратившемуся к ним покупателю отдельно.

6. Доставка товара. Существует множество вариантов доставки товара, которые различаются по уровню благонадежности, по стоимости, по скорости доставки и ее способу. «Если в договоре о купле-продаже дистанционным способом будет условие о доставке товара, то продавец обязан в установленный договором срок доставить товар в место, указанное потребителем товара. Доставка товаров продавцом может осуществляться при использовании услуг третьих лиц, но и об этом необходимо информировать покупателя»³⁴. Необходимо обращать внимание на наличие условия доставки у продавца, о стоимости доставки (включена в стоимость товара или оплачивается отдельно), кроме того важно уточнять наличие возможности доставки в определенный населенный

³³Щипкова, Ю.В. Проблемы правового регулирования продаж товаров дистанционным способом посредством сети Интернет / Ю.В. Щипкова // Концепции устойчивого развития науки в современных условиях. – 2017. – № 1. – С. 244–248.

³⁴Юнусов, А.В. Защита прав потребителей в области дистанционной торговли / А.В. Юнусов // Студенческий: электронный научный журнал – 2017. – № 19. – С. 10–12.

пункт, во избежание получения сообщения о невозможности передачи товара покупателю.

7. Сроки службы и годности, гарантийный срок. Еще раз отметим необходимость доведения до покупателя данных сведений непосредственно перед заключением договора о дистанционной продаже товара: ограничен ли у товара срок службы, период срока годности, продолжительность и наличие сервисных центров, обслуживающих товар в течение гарантийного срока;

8. Порядок оплаты товара. Во-первых, необходимо определить форма оплаты – денежный перевод, наличные средства и пр. Таким образом, продавец может предоставить право выбора способа оплаты покупателю или же ограничиться определенным способом оплаты. Под понятием порядка оплаты также следует понимать, необходима ли продавцу полная предоплата как гарантия платежеспособности покупателя или же достаточно частичной предоплаты с постоплатой при получении товара покупателем;

9. Срок действия предложения о заключении договора. В случае, если такая информация не представлена покупателю, стоит полагать что оферта действует неограниченное время на условиях, представленных покупателю.

В России права потребителей практически в равной степени защищены как при обычной торговле, так и при торговле дистанционным методом. Это закреплено в нормах законодательства, призванных защищать права потребителей, так как правила розничной торговли, ведение финансовой отчетности, гарантийные обязательства и другие правила ведения торгового бизнеса так же распространяются на субъектов дистанционной торговли.

В итоге мы выяснили, что при дистанционной торговле, продавец обязан предоставлять покупателю в доступной и наглядной форме ряд важной информации о себе и реализуемом товаре (полное наименование, сведения об адресе, месте изготовления товара, основных потребительских свойствах товара, стоимости, условиях доставки, сроке службы, сроке годности и гарантии, порядке оплаты стоимости товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора). При этом отсутствие части необходимой информации, может характеризовать продавца как потенциально-нечистоплотного, что в свою очередь в последствии может затруднить реализацию права потребителя на защиту.

2.2 Заключение договора дистанционной продажи товаров

Форма договора при продаже товаров дистанционным способом, а также способ его заключения представляют собой отличительную особенность договора дистанционной продажи товара от стандартного договора розничной купли-продажи, однако это не мешает возможности применения некоторых норм законодательства. Такой нормой является признание предложения продавца публичной офертой, обращенной к неопределенному кругу при намерении продать товар неопределенному кругу лиц. Покупатель изъявляет намерение приобрести товар путем заполнения бланка заказа в электронной форме и

направления последнего в адрес продавца (лицу, направившему оферту). Это действие является своего рода акцептом. В этом случае приобретатель не имеет возможности участия в формировании условий договора, так как заполняет стандартный, разработанный продавцом бланк заказа. Таким образом покупатель заключает с продавцом договор присоединения. Важно отметить, что фактическое размещение товара в месте продажи не обязательно для признания предложения публичной офертой.

В этом случае встает вопрос о действительности и юридической обязательности для продавца и покупателя договора, заключенного таким образом. При осуществлении предпринимательской деятельности в сфере дистанционной торговли возникает проблема отсутствия законодательного регулирования детального порядка осуществления передачи сообщения, что влечет за собой убытки для продавца. В качестве примера можно привести ситуацию, когда покупатель осуществил заказ, продавец доставил товар в установленное время и место, однако получатель за товаром не явился, вследствие чего продавец вынужден оформлять обратную доставку товара на склад, неся при этом бремя затрат на транспортировку, кроме того претерпевая еще и упущенную выгоду. Это связано с тем, что переписка в Интернет или же телефонный разговор не являются гарантиями намерений покупателя приобрести товар. Так, по общему правилу сделка в письменной форме совершается путем собственноручного (факсимильного и пр.) подписания обеими сторонами договора.

В исследовательских кругах придерживаются аналогичного мнения. Например, как пишет С.В. Артамонов и Т.А. Шакирзянов, применительно к сети Интернет именно электронная цифровая подпись является способом достоверной индивидуализации субъекта правоотношения в сфере дистанционных продаж. Наличие подписи продавца и покупателя в договоре свидетельствует об ознакомлении и согласии с визируемым документом, о подлинности документа. В этом случае каждая сторона принимает на себя обязательства за невыполнение которых несет ответственность.

Тем не менее, некоторые авторы отмечают, что по сравнению с Западом использование электронного документооборота в Российской Федерации пока не подверглось масштабному и повсеместному использованию. По сравнению с 2017 годом, в 2018 году в России было выдано около 22 млн. сертификатов ключей ЭЦП, количество возросло на 44 %. В европейских же странах использование электронной цифровой подписи составляет более 75 % населения.

Следует отметить, что при осуществлении покупки дистанционным способом потребитель лишается возможности непосредственного осмотра товара или его образца, что в законодательстве порождает ряд ограничений относительно отдельных элементов договора.

Так, например, запрещены к реализации дистанционным способом продовольственные товары (за исключением безалкогольных напитков, упакованных кондитерских и хлебобулочных изделий, мороженого), программы для электронных вычислительных машин и баз данных, оружие и патроны к нему,

лекарственные препараты, медицинские изделия, ювелирные и другие изделия из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней, экземпляры аудиовизуальных произведений и фонограммы. Продажа биологически активных добавок дистанционным способом также нарушает действующее законодательство.

Так, Р.В. Киселева отмечает, что «не каждый товар, являющийся предметом договора розничной купли-продажи, может быть предметом договора дистанционной розничной купли-продажи»³⁵. Аналогичного мнения и О.А. Белова, но дополнительно указывает, что не любая вещь может стать товаром. Ведь именно товар заявлен как предмет договора.

Согласно положениям Гражданского кодекса Российской Федерации по договору купли-продажи одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену). Законодательно в данном контексте «вещь» и «товар» являются синонимами. Этот вывод подтверждается и Государственным стандартом Российской Федерации ГОСТ Р 51303–2013 «Торговля. Термины и определения», согласно которому к товарам относятся любые объекты гражданских прав (в том числе работа и услуга), предназначенные для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В качестве предмета договора дистанционной розничной купли-продажи не могут выступать имущественные права в силу их невещественной.

Из приведенных позиций можно сделать вывод, что по сравнению с предметом розничной купли-продажи предмет договора дистанционной продажи товара имеет характер ограниченный.

Существенным условием рассматриваемого договора является его предмет, соответственно договор является согласованным, когда достигнуто соглашение о наименовании и количестве товара. Условия о качестве товара, ассортименте и стоимости определяются с учетом особенностей, которые отражены в Гражданском кодексе Российской Федерации для розничной купли-продажи, однако и они являются существенными, поскольку каждое условие заключенного договора относится к существенным по тому или иному признаку: одни условия составляют предмет договора дистанционной купли-продажи и вследствие этого являются существенными, иные существенны в силу природы договора или непосредственного указания в законе, остальные – так как они были внесены сторонами в проект договора по желанию одной из сторон.

Как и при заключении любого другого договора, необходимо соблюсти все существенные условия: «указать предмет договора и все условия, по которым соглашение должно быть достигнуто в соответствии с гражданским

³⁵ Киселева, Р.В. Нарушение прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / Р.В. Киселева // Инновационные процессы и технологии в современном мире. – 2015. – № 1 (3). – С. 170–173.

законодательством, а также те условия, которые предусмотрены для данного вида договора как существенные»³⁶.

Так, предметом договора дистанционной купли-продажи товара будет являться ассортимент представленных продавцом товаров (но при этом он ограничивается действующим законодательством, к примеру, запрещена продажа алкогольной продукции, а также некоторых товаров, ограниченных в свободной реализации на территории Российской Федерации). Вторым обязательным условием является цена договора. Ценой является количество денег, уплачиваемое покупателем за единицу товара. По общему правилу, продавец должен оплатить товар по установленной продавцом цене (статья 500 ГК РФ). Кроме того, цена должна быть одинаковой для одной категории покупателей, так как договор является публичным (за исключением установленных законом случаев (пункт 2 статьи 426 ГК РФ)).

При продаже товаров дистанционным способом договор заключается на основании ознакомления покупателя с виртуальным образцом товара (его описанием, каталогом товаров, фото и т. п.), предложенным продавцом³⁷.

Договор, заключаемый на расстоянии, является разновидностью договора розничной купли-продажи. Как и при розничной торговле, договор является консенсуальным, двусторонним, возмездным. Квалифицирующими признаками договора является субъектный состав и цели приобретения товара. Стороны договора – продавец и покупатель. Продавцом, в соответствии со статьей 492 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), является лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу. Следовательно, продавцом может быть юридическое лицо или индивидуальный предприниматель. Покупателями могут быть как физические, так и юридические лица.

Предметом договора в обоих случаях является «товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью»³⁸. Законодатель не затрагивает функциональные характеристики товара, но ограничивает его целевое назначение. Однако для дистанционной формы договора действует ряд установленных законодателем ограничений.

Также, договор дистанционной купли-продажи является договором присоединения, условия которого определены продавцом в стандартных формах и могут быть приняты покупателем путем присоединения к предложенному договору в целом (статья 428 ГК РФ). По мнению А.В. Дашко, использование

³⁶Кириллова, О.А. Правовая характеристика существенных условий договора дистанционной купли-продажи, определяющих его место в системе договоров купли-продажи. / О.А. Кириллова // Вестник ВолГУ. – 2015 – № 1 – С. 112.

³⁷Пимаева, О.А. Гражданско-правовое регулирование отношений в области дистанционной торговли / О.А. Пимаева // Молодой ученый. – 2017. – № 46. – С. 237–239.

³⁸Соловьев, К.В. Дистанционная торговля как объект правового регулирования / К.В. Соловьев // Вестник МИЭП. – 2016. – № 3 (24). – С. 119–126.

данной формы договора противоречит интересам потребителя, что вынуждает принимать дополнительные меры правовой защиты его интересов.

Так в соответствии с пунктом 4 статьи 26.1 Правил продажи товаров дистанционным способом потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи и в течение семи дней после передачи товара, а в случае непредставления такой информации в письменном виде в момент доставки – в течение трех месяцев. Существенным условием рассматриваемого договора является предмет, который будет считаться согласованным. Условие о предмете договора является существенным субъектами в случае, когда определены количество и наименование товара. Публичной офертой признается предложение неопределенному кругу лиц о товаре, содержащее все существенные условия. После получения акцепта от покупателя с офертой, которую продавец направил по одному из средств коммуникации, между покупателем и продавцом заключается договор дистанционной купли-продажи. В соответствии со статьей 13 Правил продажи товаров дистанционным способом, продавец обязан указать также срок, в течение которого действует предложение о продаже.

Стоит отметить, что законодательством предусмотрена возможность отзыва оферты, но как показывает практика – технически сделать это почти невозможно. Исключением является торговля посредством сети Интернет, т. к. обмен информацией происходит в режиме реального времени. «Договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека, либо иного документа, который подтверждает факт оплаты товара, или же с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар»³⁹.

Таким образом, договор дистанционной продажи товара заключается преимущественно в письменной форме, за исключением, когда товар приобретается устно посредством телефонной связи. Выдача документов, подтверждающих оплату, происходит в следующие сроки: при предоплате – в момент заключения договора, при постоплате – в момент получения товара покупателем.

Однако при получении сообщения о намерении купить товар не предусмотрена законодательная норма, предусматривающая момент заключения договора. «В случае предоплаты продавцу необходимо получить денежные средства и точную информацию о выбранном товаре, при отсутствии хотя бы одного из этих фактов не позволяет считать договор заключенным»⁴⁰. Такой способ оплаты обычно практикуется в трансграничной дистанционной торговле, т. к. в этом случае не требуется подтверждение платежеспособности покупателя и обеспечивает гарантию для продавца об отсутствии незапланированных расходов в случае возврата товара или мошеннических действий. Оплата товара

³⁹Яворская, С.А. Особенности и проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом / С.А. Яворская // Актуальные проблемы гражданского права. – 2015. – № 1. – С. 140–152.

⁴⁰Максимова, Н.А. Предоставление информации о товаре по договору дистанционной купли-продажи / Н.А. Максимова // Молодой ученый. – 2018. – № 24. – С. 222–224.

наложенным платежом осуществляется покупателем при получении товара, в таком случае обязательными условиями являются точная информация о товаре, адресе доставки и ее условиях.

Изначально покупатель должен изъявить свое желание приобрести товар, указав полную информацию о совершенном выборе, что является первоочередным моментом, а уже впоследствии происходит оплата.

Предварительная оплата товара является одновременным исполнением покупателя своих обязательств. Договор дистанционной купли-продажи, как правило, считается исполненным с момента получения покупателем товара в предусмотренном условиями договора месте (по месту жительства или регистрации заказчика). В случае, если покупатель возмещает продавцу понесенные на доставку расходы, он имеет право отказаться от исполнения договора, заключенного дистанционным способом, до момента непосредственного получения товара.

Один из вопросов, который возникает в процессе заключения договора дистанционной купли-продажи товаров и его нормативно-правового регулирования – это «факт проявления покупателем инициативы»⁴¹. Так, направление электронного акцепта по п. 2 ст. 434 ГК РФ должно происходить таким способом, чтобы можно было достоверно установить лицо, выразившее намерение приобрести товар. По мнению многих авторов использование в этом случае электронной цифровой подписи позволило бы решить сразу ряд возникающих вопросов. В случаях с договором дистанционной купли-продажи товаров следовало бы применять аналогию закона, то есть нормы законодательства, которые регулируют схожие правоотношения, при отсутствии нормативно-правовых актов, разрешающих спорные моменты. Например, существует практика применения ст. 498 ГК РФ в части продажи товаров через автомат, в соответствии с которой в случае автоматической обработки заказа на сайте продавца, где покупатель предварительно заполняет электронный бланк заказа, а также наличия в сети Интернет правил оформления заказа и доставки выбранного товара, опубликованное продавцом. Таким образом, покупатель совершает все необходимые для приобретения товара действия, а доказательством получения акцепта является автоматический ответ продавца о принятии заказа в работу.

Как отмечают в научном сообществе, законодательно не закреплено обязательное указание цены при заключении дистанционного договора розничной купли-продажи, что влечет за собой нарушение прав покупателей при изменении цены. Этой же точки зрения придерживаются некоторые авторы. Так, существует мнение, что покупатель имеет право отказаться от исполнения договора в случае, если стоимость товара изменилась. Таким образом, покупатель уже не несет

⁴¹ Рынкевич, И.М. Проблема гражданско-правового регулирования продажи товаров дистанционным способом / И.М. Рынкевич // Актуальные проблемы российского частного права. – 2017. – № 1. – С. 102–105.

ответственность вследствие отказа от товара, и не обязан оплачивать доставку товара или иные расходы.

Также, спорам среди авторов подвержен и момент заключения договора дистанционной купли-продажи товаров.

Так, по мнению Ф.Н. Филиной, при дистанционной продаже товара договор является «реальным, следовательно, он заключается при непосредственной передаче товара непосредственно покупателю. Однако данное правило не применяется к договору, который считается заключенным с момента выдачи продавцом кассового или товарного чека, или иного документа, который подтверждает оплату товара. Это обстоятельство имеет важное значение для определения момента возникновения прав и обязательств субъектов рассматриваемых нами правоотношений»⁴².

Согласно Правилам продажи товаров дистанционным способом, договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар. Этой же позиции придерживается и А. Блинов⁴³.

Однако есть авторы, придерживающиеся другой позиции. Так, М.Г. Алманова считает, что поскольку большая часть потребительских договоров в сети Интернет заключается при помощи заполнения стандартных бланков заказа, и в соответствии с положениями Гражданского Кодекса Российской Федерации относительно оферты и акцепта, а также Правилам продажи товаров дистанционным способом моментом заключения договора считается время отправки покупателем продавцу заполненной веб-формы со всеми необходимыми реквизитами, этот же момент заключения договора позволяет отнести к консенсуальному виду договоров, а также к договору присоединения.

Таким образом, анализируя вышеизложенное, можно сделать вывод, при признании договора реальным, то есть вступающим в силу с момента получения покупателем товара мы ставим под угрозу получение товара вообще или в условленный срок. Получается, что отсутствие вступившего в силу договора не дает возможности покупателю обеспечить защиту своих прав как потребителя, а продавец в свою очередь может пользоваться этим пробелом. Следовательно, в случае признания договора реальным не остается способов воздействия на продавца ввиду отсутствия договорных отношений.

С. Левашов считает, что гражданским законодательством Российской Федерации форма договора, заключенного между покупателем и продавцом в сети интернет при условии использования электронной цифровой подписи, считается письменной формой договора.

⁴²Филина, Ф.Н. Торговля с доставкой: проблемные моменты / Ф.Н. Филина // Предприниматель без образования юридического лица. ПБОЮЛ. – 2007. – № 2

⁴³Блинов, А. Продажа товаров дистанционным способом / А. Блинов // Новая бухгалтерия. – 2008. – № 1. – С. 55–68.

А.Г. Минетуллова рекомендует определять момент заключения договора момент получения покупателем уведомления от продавца о получении акцепта. Однако такое мнение вызывает сомнения, так как появляется риск злоупотребления таким положением продавца. Не отправляя уведомление о получении акцепта, продавец может изменить оферту.

Следующее условие, на котором хотелось бы остановиться более подробно, это цена договора.

Как было ранее установлено, договор дистанционной продажи товара является договором присоединения, носящим публичный характер, что означает отсутствие роли покупателя в ценообразовании, в связи с чем цена устанавливается идентичной для всех покупателей.

В отличие от традиционных продаж, способ оплаты при дистанционной торговле также имеет свою специфику. Стремление к привлечению большего количества покупателей продавцами стимулирует последних к предложению как можно более обширных возможностей для оплаты товара. Чаще всего предлагаются следующие способы оплаты: наличный и безналичные расчеты.

К наличному расчету можно отнести:

- оплата товара в магазине путем передачи денежных средств продавцу или курьеру;
- оплата товара при получении наложенным платежом.

К безналичным видам расчетов относятся:

- оплата картой банка;
- почтовый перевод;
- банковский перевод
- криптовалюта;
- терминал моментальной оплаты;
- SMS-платежи – оплата посредством телефонов или планшетов;
- электронные деньги;
- бонусные баллы, подарочные карты и др.

Как отмечает С.А. Яворская⁴⁴ сегодня есть такие способы оплаты, которые наиболее подвержены мошенническим действиям, вследствие чего они наименее популярны.

1 WesternUnion и т. п. – способ перечисления денежных средств между физическими лицами, отличается невозможностью применения отзыва или же опротестования.

2 Оплата товара путем отправления смс-сообщения на короткий номер с установленным тарифом, зачастую применяемый мошенниками в связи с невозможностью отмены платежа.

Продавец обязан использовать контрольно-кассовую технику в соответствии с Федеральным Законом «О применении контрольно-кассовой техники при

⁴⁴Яворская, С.А. Особенности и проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом / С.А. Яворская // Актуальные проблемы гражданского права. – 2015. – № 1. – С. 140–152.

осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт». Таким образом при доставке товара курьером покупатель должен получить от него кассовый чек. В привычном нам магазине специальная техника находится непосредственно у продавца, следовательно, при доставке продавец должен выдать чек доставщику, который, в свою очередь, вместе с товаром вручает его покупателю.

По мнению С. Левашова «в целях снижения логистической нагрузки продавца использует посредников для организации доставки товара покупателю. В этом случае прием денежных средств и выдачу кассового чека осуществляет агент. В результате чего, сам продавец может не обзаводиться кассовым аппаратом, однако он становится зависим от качества работы агентов»⁴⁵.

Кроме того, в соответствии с Федеральным законом «О национальной платежной системе» расчеты между продавцом и покупателем могут производиться через платежные системы Webmoney, money.yandex и др. при помощи так называемых «электронных» денег.

В последнее время для повышения конкурентоспособности продавцы стали использовать разнообразные программы лояльности, благодаря которым появилась возможность оплачивать бонусными баллами: чем больше покупатель совершил покупок у определенного продавца, тем больше получает бонусных баллов. Законодательно такая форма оплаты не урегулирована, соответственно продавцы вправе самостоятельно определять условия действия такой программы. Но принимая во внимание тот факт, что оплата может быть совершена этими бонусными баллами, фактически они выступают в роли денег, соответственно становятся возможными мошеннические действия со стороны продавца.

Также представляет особенность и «процедура возврата денег покупателю при дистанционных продажах, порядок которой также не урегулирован законодательством»⁴⁶, в то время как порядок возврата денежных средств при обычной розничной торговле наиболее точно определен в императивной норме Закона о защите прав потребителей. В случае предъявления покупателем требования о возврате денежных средств за товар, продавец должен обеспечить выполнение этих действий в течение 10 дней и не больше. Важно отметить, что возврат товара не влияет на срок возврата продавцом денежных средств покупателю. Получается, что продавец обязан перечислить на счет покупателя денежные средства, не зависимо от того, получил он товар или нет. Денежные средства, уплаченные за товар, возвращаются следующими способами:

- перечисление на банковский или иной счет покупателя;
- почтовый перевод;
- наличные денежные средства по месту нахождения продавца, но не более 100 000 тысяч рублей;

⁴⁵Левашов, С. Электронные деньги / С. Левашов // Юрист : электронный журнал – 2005. – № 48.

⁴⁶Иванов, Р.В. Нарушение прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / Р.В. Иванов // Инновационные процессы и технологии в современном мире. – 2015. – № 1 (3). – С. 170–173.

- иные способы по соглашению сторон.

Согласно «Правилам продажи товаров дистанционным способом» на продавца возлагается обязанность по оплате всех расходов по возврату денег, как правило это комиссия за перевод, расходы на доставку от покупателя возвращенного товара, однако продавец имеет право на удержание из суммы, которая причитается покупателю к возврату. В литературе приводятся примеры случаев такого удержания, так расходы на доставку возможно удержать в случае предоплаты за товар либо в случае возврата товара после его оплаты.

А.О. Белова выделяет следующую классификацию специфических признаков, которые позволяют выделять в самостоятельный вид договор дистанционной розничной купли-продажи:

- по способу заключения договора;
- по условиям договора.

К первой группе относятся:

- способ ознакомления покупателя с товаром;
- обязательное указание информации, отсутствие которой не позволит считать сообщение акцептом при направлении акцепта;
- особые средства, которые используются для обмена информацией путем использования электронных данных, писем и т. п.;
- обязательная письменная форма договора.

Ко второй группе относятся:

- определенный перечень информации, предоставляемой покупателю, и специальный способ ее раскрытия;
- особые способы доставки и оплаты;
- особый порядок возврата денег в случае отказа покупателем от договора;
- императивные сроки;
- специфика перехода права собственности.

Приведенные группы позволяют выделить положительные и отрицательные черты такого договора по сравнению с традиционным договором розничной купли-продажи. Рассмотрим далее схожие черты с традиционным договором купли-продажи товаров.

При заключении договора купли-продажи в дистанционной торговле, как уже отмечалось ранее, возникает вопрос «о времени заключения такого договора, так как представляется крайне важным установление точного момента заключения договора»⁴⁷. Возникновение прав и обязанностей субъектов рассматриваемых нами правоотношений определяется этим моментом. Именно это событие определяет стороны при совершении сделки купли-продажи (ст. 422 ГК РФ), что в дальнейшем может стать проблемой в случае возникновения спора.

В разных правовых системах момент заключения договора купли-продажи обычно воспринимается как момент, когда у продавца нет возможности на отзыв своего предложения, то есть оферты, потери оферентом права отзыва своей

⁴⁷ Гришина, Т.М. Обеспечение безопасности российского бизнеса в сетевом обществе: некоторые правовые вопросы/ Т.М. Гришина // Безопасность бизнеса. – 2017. – № 4. – С. 3–8.

оферты, а покупатель, в свою очередь, не обладает правом на отказ от своего заказа, то есть акцепта, и иными юридическими фактами.

В гражданском законодательстве Российской Федерации моментом исполнения договора обычной купли-продажи считается:

- получение покупателем уведомления о получении денежных средств за выбранный товар и подтверждение оплаты заказа, который в дальнейшем должен быть передан потребителю;
- получение покупателем товара от продавца;
- факт государственной регистрация договора купли-продажи (ст. 433 ГК РФ).

Так, определенные гражданским законодательством моменты исполнения договора купли-продажи совпадают в большей степени с международным правовым актом «Конвенция ООН «О договорах международной купли-продажи товаров», по которой согласно п. 2 ст. 18 заключением договора признается время вступления акцепта в силу в миг его получения оферентом, либо, согласно п.3 ст.18, в момент оговоренного сторонами действия»⁴⁸.

В таком международном документе как «Принципы международных коммерческих договоров УНИДРУА» принятыми в 2010 году, временем заключения договора купли-продажи считается тот период, в который акцепт получен лицом, направившим оферту, если в оферте был указан срок и он соблюден. Эта же норма содержится в статье 440 Гражданского Кодекса РФ. Если же срок получения акцепта в оферте заранее не был оговорен, то «Принципами УНИДРУА 2010» момент заключения договора считается «разумный срок с учетом конкретных обстоятельств, включая скорость средств связи, использованных оферентом (ст. 2.1.7)». Данная норма также закреплена в гражданском законодательстве Российской Федерации, а именно в ст. 441 ГК РФ, при этом данная статья расширяет понятие о времени заключения договора. Так при совершении оферты устно без указания срока для акцепта, договор считается заключенным, если другая сторона немедленно заявила о ее акцепте (п. 2 ст. 441 ГК РФ).

В современном мире невозможно представить коммерцию, которая бы развивалась не в корреляции с электронными технологиями. По сложившейся практике дистанционной торговли моментом заключения договора принято признавать при получении:

- подтверждающего документа, заверенного электронной цифровой подписью покупателя;
- подтверждающего документа без заверения его электронной цифровой подписью покупателя;
- электронного документа отправителем;
- электронного документа получателем.

⁴⁸Европейская конвенция от 01.01.2002 г. «О международной почтовой и дистанционной торговле». – <http://zpp74.ru/zakonodatelstvo/300.html>.

Статья 20 Правил продажи товаров дистанционным способом гласит «договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар»⁴⁹. Таким образом, можно считать, что сама по себе выдача кассового или иного чека после совершения сделки, является всего лишь подтверждением факта заключения договора дистанционной продажи товара. Так, например, при приобретении товара в Интернет-магазине «Декатлон», после того как выбранный товар будет добавлен в определенного рода корзину покупок», система сайта автоматически попросит покупателя внести свои персональные данные и реквизиты банковской карты, необходимые для непосредственного оформления заказа. Именно в тот момент, когда система сайта получила полные реквизиты приобретателя и подтвердила прием заказа, мы думаем, что это и есть момент заключения договора дистанционной купли-продажи.

Однако, на практике, обычно применяют нормы статьи 433 ГК РФ. Так в ходе судебного разбирательства между гражданином П.А. Кравченко и Интернет-магазином «Арбалетт», суд установил, что моментом заключения договора розничной дистанционной купли-продажи между ними явился момент, когда магазин получил сообщение от гражданина Кравченко П.А. о том, что он намерен приобрести выбранный им на сайте магазина товар. Также в соответствии с п. 13 Постановления Правительства РФ № 612 от 27.09.2007 года, «продавец обязан информировать покупателя о сроке, в течение которого действует предложение о продаже товара дистанционным способом».

Таким образом, изучив особенности договора при дистанционном способе торговли можно сделать вывод, что в российском законодательстве есть много положений, которые регулируют данную сферу, правоотношения, возникающие при дистанционной продаже, но остаются не урегулированными некоторые важные моменты. В связи с возникающими вопросами существуют неопределенности в части применения законодательных норм при определении точного момента, когда именно был заключен электронный договор. Эта насущная проблема не осталась незамеченной в судебной практике. Так, Первый Арбитражный Апелляционный суд указал, что «пункт 20 Правил продажи предусматривает два различных момента заключения договора, но не указывает, в каких случаях договор считается заключенным с момента выдачи чека, а в каких – с момента получения продавцом сообщения покупателя. Такая формулировка не отвечает критерию определенности»⁵⁰.

Важно отметить, что законопроект, посвященный электронной торговле, в 2011 году был отклонен на рассмотрении Государственной Думы. Анализируя данный проект, можно заметить соответствие понятия момента заключения

⁴⁹Постановление Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 г. № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом». – СПС «Гарант».

⁵⁰Флейгель, Л.Ю. Проблемы, связанные с защитой прав потребителей при дистанционной торговле через сеть «Интернет» / Л.Ю. Флейгель // Приднепровский научный вестник. – 2018. – № 1. – С. 6–8.

договора дистанционной продажи товара международной торговой практике. Принятие указанного акта могло бы обеспечить ясность при заключении договоров дистанционной купли-продажи, придав юридической силы закона норме прямого действия.

Сложности также возникают с нормами о безвозмездном устранении продавцом выявленных дефектов товара. Так, в соответствии с п. 1 ст. 20 Закона «О защите прав потребителей» продавец или производитель, в случае не определения в письменной форме сроков устранения недостатков, должен устранить их незамедлительно, то есть в кратчайший срок необходимый для устранения. Но даже если срок указан письменно, он все равно не должен превышать 45 дней со дня обнаружения недостатков приобретателем. Данная норма возможна к применению в рамках традиционной торговли, однако применяться к торговле дистанционным способом практически не может из-за той же географической удаленности продавца от покупателя и необходимости дополнительного времени на доставку товара.

Для устранения недостатков, обнаруженных в приобретенном дистанционным способом товаре, существует специальный алгоритм действий.

1. Покупатель отправляет некачественный товар в адрес продавца.
2. Продавец получает возвращенный товар, проводит экспертизу выявленного дефекта, после чего принимается решение об устранении выявленного недостатка.
3. Продавец производит ремонт, либо замену товара, либо отказывает в устранении недостатка за свой счет и уведомляет об этом покупателя.
4. Продавец отправляет покупателю товар с устраненными недостатками, замененный товар или же при невозможности исполнения первых двух вариантов возвращает уплаченные покупателем денежные средства.

Из приведенного выше алгоритма действий продавца по устранению недостатков, выявленных в товаре, проданного дистанционным способом, становится очевидным тот факт, что «срок, определенный законодательством, зачастую бывает недостаточным для исполнения обязательств»⁵¹. Соответственно, для применения аналогичных норм в области дистанционной продажи товаров необходимо установить иные законодательные положения.

1. Для товаров, приобретенных дистанционно, определить иные сроки устранения недостатков в сторону увеличения.
2. Определить начало срока исполнения продавцом своих обязанностей по устранению недостатков, а для покупателя установить срок обнаружения этих недостатков, момент, когда покупатель направит товар обратно продавцу. В этом случае документальным подтверждением указанных сроков будет выступать квитанция, либо накладная, либо другой документ, предоставляемый перевозчиком при принятии товара в доставку.

⁵¹Тужилова-Орданская, Е.В. Гражданско-правовое регулирование дистанционного договора / Е.В. Тужилова-Орданская // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2016. – № 6. – С. 258–260.

3. В случае, если обнаруженный недостаток произошел не по вине покупателя, расходы на транспортные услуги должен нести продавец.

Для товаров длительного пользования законодатель установил норму, по которой продавец обязан предоставить покупателю взамен товара ненадлежащего качества, находящегося в ремонте, аналогичного товара схожих характеристик. При этом, что касается дистанционной продажи, оплату доставки подменного товара обязан производить продавец. Такие условия практически невыполнимы для продавца, как в материальном плане, так и во временном. Законодательством предусмотрено, что продавец должен произвести замену товара ненадлежащего качества в течение 7 дней со дня предъявления требования покупателем, но данный срок, при определенных условиях может быть продлен до двадцати, например, для проведения дополнительной проверки товара.

Продавец должен заменить дефектный товар аналогичным в случае, если не представляется возможным устранение выявленного недостатка товара. В том случае, если продавец в данный момент не имеет аналогичного товара, законодательством предусмотрен месячный срок для замены. При этом, если на замену товара необходимо более семи дней, то продавец в трехдневный срок должен предоставить схожий товар покупателю для временного пользования. Указанная норма касается товаров длительного пользования, однако такие нормы практически не применимы в части дистанционных продаж в связи с географической протяженностью действия дистанционной торговли, что не зависит от воли продавца.

На основании изложенного, можно сделать вывод о необходимости более точного урегулирования механизма заключения договора о дистанционной продаже товара. Кроме того, для покупателя, наименее защищенного субъекта в рассматриваемых правоотношениях, необходимо предусмотреть возможность увеличения срока для расторжения договора. Для эффективного развития и функционирования рассматриваемой нами системы продажи товаров необходимо внести изменения в законодательство о защите прав потребителей при дистанционном способе, организуя тем самым правовой баланс между покупателем и продавцом.

2.3 Доставка, комплектность и качество товара

Важное внимание стоит уделить условиям доставки товара, так как она происходит по обыкновению в место нахождения покупателя.

При продаже товаров дистанционным способом продавец предлагает потребителю услугу доставки товара путем его отправки почтой или перевозки с указанием используемого способа доставки и вида транспорта.

С согласия продавца отправка товара почтой возможна с пометкой «до востребования».

Обычно, доставленный товар вручается покупателю лично по месту его жительства или другому указанному им адресу, а при его отсутствии – иному

лицу, который предъявляет квитанцию или иной документ, подтверждающий заключение договора или оформление доставки товара.

Как правило, доставка товара поручается продавцом посреднику, осуществляющему доставку на профессиональной основе – курьеру, почтовой службе, специализированной организации. Это обстоятельство должно быть доведено до внимания покупателя.

В случае если доставка не была осуществлена по вине покупателя, повторная доставка, как правило, осуществляется за счет покупателя. В этом случае, покупатель должен согласовать новые условия доставки товара и оплатить их согласно тарифу.

В случае если срок доставки не согласован в договоре и возможности определить этот срок нет, применяется следующее правило: товар должен быть передан продавцом в разумный срок.

Обязательство, не исполненное в разумный срок, продавец должен выполнить в 7-дневный срок со дня предъявления покупателем требования о его исполнении.

За нарушение продавцом сроков передачи товара покупателю продавец несет ответственность в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации. Если товар был оплачен предварительно, то ответственность за не передачу товара в установленный срок, продавец будет нести по Закону «О защите прав потребителя».

В случае нарушения срока передачи товара покупателю, установленного договором купли-продажи при условии предоплаты, продавец уплачивает покупателю неустойку (пени) в размере половины процента суммы предварительной оплаты товара за каждый день просрочки.

Неустойка (пени) взыскивается со дня, когда по договору купли-продажи передача товара потребителю должна была быть осуществлена, до дня передачи товара потребителю или до дня удовлетворения требования потребителя о возврате ему предварительно уплаченной им суммы. Однако, стоит обратить внимание, что сумма неустойки не может превышать оплаченную стоимость товара.

Покупатель имеет возможность отказаться от ненужного товара согласно «Правилам продажи товаров дистанционным способом» и статье 26.1 Закона о защите прав потребителей. В Европейском этическом кодексе это носит название – «сатисфакция или возврат денег». Наличие данной нормы в законодательстве Российской Федерации соответствует в полной мере Европейской конвенции, как по условиям, так и по срокам предъявления такого требования.

Одно из безусловных обязанностей продавца дистанционной торговли – это обеспечение доставки покупателю продаваемого товара. Так, в обязанность продавца входит предложение вариантов способов доставки. Это положение закреплено в Постановлении Правительства РФ № 612 от 27.09.2007 года «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом, однако в Законе Российской Федерации «О защите прав потребителей» такое требование отсутствует. Такая норма не исключает и вариант самовывоза со склада продавца.

Таким образом, договор купли-продажи заключается дистанционно, а товар покупатель получает лично в пункте выдачи. Оплата в этом случае может быть, как при получении, так и при заключении договора в зависимости от его условий. «Этот способ передачи товара необходим для тех покупателей, кто не желает оплачивать доставку товара курьером и имеет возможность забрать товар лично в месте выдачи»⁵².

На продавца возлагается обязанность по передаче качественного и полностью укомплектованного товара, соответствующего информации, размещенной в предложении – оферте. Кроме качества товара, важным является и срок доставки товара покупателю. В случае отсутствия указания в договоре срока доставки товара, доставка должна быть осуществлена в разумный срок.

Продавец обязан предоставить покупателю документ, подтверждающий совершение оплаты за товар. Так, например, кроме кассового чека, в случае оплаты безналичным способом подтверждающим документом будет накладная или акт приема-передачи. накладной или акта сдачи-приемки товара». Когда доставка товара осуществляется, если доставка осуществляется специализированной организацией, оформляется транспортная накладная и акт выполненных работ.

Договор дистанционной купли-продажи считается исполненным в момент доставки товара в место выдачи, указанное в договоре, по месту пребывания или месту регистрации покупателя, данная норма закреплена п.2 ст. 497 ГК РФ. В течение 20 дней с момента получения товара покупатель имеет право обратиться к продавцу с претензией о несоответствии товара договору, а также о несоответствии количества товара, комплектности и прочих существенных недостатках. В случае отсутствия сведений о сроке службы или гарантийном сроке у покупателя также есть право в течение двух лет потребовать замену товара, уменьшения цены или устранения недостатков.

Так, под качеством товара понимается совокупность свойств, обуславливающих пригодность и способность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением. Кроме того, непосредственно в сфере торговли считается, что «товар является качественным, если его внешний вид и свойства соответствуют всем требованиям нормативно-технической документации»⁵³. В случае, когда у товара есть дефект, речь идет об отклонении от указанных выше требований.

В целях сохранения качества товара продавец обязан соблюдать установленные правила упаковки товара, опломбирования частей товара и его маркировки. В обязанности продавца входит своевременная передача товара покупателю в соответствии с требованиями технической документации;

⁵²Кремнев, Ю.В. Проблемы правового регулирования продаж товаров дистанционным способом посредством сети Интернет / Ю.В. Кремнев // Концепции устойчивого развития науки в современных условиях. – 2017. – № 1. – С. 244–248.

⁵³Шитина, О.А. Защита прав потребителей в области дистанционной торговли по гражданскому законодательству Российской Федерации / О.А. Шитина // Молодой ученый. – 2017. – № 41. – С. 124–127.

товар должен быть качественным и с полным комплектом документов: техническим паспортом, сертификатом качества, документом, подтверждающим оплату товара и пр.

Однако на практике такие условия продавцами дистанционной торговли в полном объеме выполняются редко.

В результате проведенного исследования, мы выяснили, что доставка товара, его сохранность во время доставки полностью обязанность продавца. Также в его обязанность входит то, что бы отправленный им товар полностью соответствовал, в том числе по комплектности, его описанию при заключении договора дистанционной купли-продажи с покупателем. При этом у покупателя есть право отказаться от доставленного ему товара, но тогда у него возникает обязанность возместить продавцу ущерб, понесенный им в ходе осуществления данной сделки.

Выводы по разделу 2

Во втором разделе нами была изучена информация, предоставляемая покупателю при совершении покупки дистанционным способом. Согласно действующему законодательству продавец уведомляет покупателя о следующем: полное наименование организации, фамилия, имя и отчество индивидуального предпринимателя, сведения об адресе, месте изготовления товара, основных потребительских свойствах товара, стоимости, условиях доставки, сроке службы, сроке годности и гарантии, порядке оплаты стоимости товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора.

Подробно рассмотрен порядок возврата товара, приобретенного дистанционным способом, как ненадлежащего качества, так и не подошедшего под желание покупателя.

При рассмотрении порядка заключения договора дистанционной продажи товара было выявлено основное отличие от обычного договора розничной купли-продажи – способ заключения договора и его форма.

Одной из главных проблем в сфере дистанционных продаж является момент заключения договора и сроки доставки, в случае отсутствия их регулирования в договоре. Такого же мнения придерживаются различные авторы.

Кроме особенностей заключения договора, нами также была рассмотрена процедура доставки товара от продавца к покупателю, выявлены особенности и спорные моменты.

3 ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ДИСТАНЦИОННОЙ ПРОДАЖЕ ТОВАРОВ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ

3.1 Проблемы защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров

При рассмотрении проблем в области защиты прав потребителей при совершении сделок в области дистанционной продажи товаров, следует сказать, что в настоящее время рассматриваемая сфера коммерции подвержена злоупотреблению своими правами и нежеланием соблюдать действующее законодательство незаконопослушными гражданами. Как и в других сферах, в рамках осуществления продажи товаров дистанционным способом продавцы зачастую нарушают действующее законодательство, преследуя при этом корыстные цели, желая заработать как можно большую прибыль, не смотря на угрозу привлечения к ответственности. Одним из важнейших вопросов применения практики по защите прав потребителей является безопасность потребительского рынка.

Так, из-за глобального, с высокими темпами роста, развития сферы дистанционных продаж, торговля товарами на расстоянии через виртуальные магазины становится все более криминогенной. Одной из причин тому является поведение самих потребителей, которые принимают на себя роль жертвы, предпочитая не обращаться в государственные органы для защиты своих прав, выбрасывая при этом неподошедший или некачественный товар, чем провоцируют недобросовестных продавцов продолжать и в дальнейшем вести некачественную торговлю. Кроме поведения покупателей, «большую роль играет и бешенный спрос на товары, которые можно приобрести по более низкой цене, нежели в реальном магазине, даже не смотря на то, что они могут оказаться некачественными»⁵⁴.

Развитие телевидения и сети Интернет привело к тому, что дистанционная торговля товарами посредством информационных технологий приняла немалые масштабы, что спровоцировало и многие правонарушения.

Так, например, в письме Роспотребнадзора от 12 октября 2007 г. № 0100/10281-07-32 «О контроле за соблюдением правил продажи товаров дистанционным способом» указывается, что отправка товара, который не соответствует заявленным покупателем требованиям, и при этом отличающийся по стоимости в большую сторону (требование о доплате), является недопустимой и не соответствующей действующему законодательству.

⁵⁴ Зак, А.Ю. Нарушения прав потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной продажи в Интернете и способы их преодоления / А.Ю. Зак // Современное право. – 2015. – № 8. – С. 84–86.

На практике возникают такие ситуации, когда покупатель получает товар на почте, распаковывает посылку (бандероль, мелкий пакет) и обнаруживает, что содержание не соответствует в части или даже в полном объеме сделанному им заказу. При этом с покупателя по месту доставки взимается доплата.

По мнению некоторых авторов, имея «намерения по защите неопределенного круга лиц потребителей в судебном делопроизводстве, Роспотребнадзор не должен применять к нарушителям только лишь меры административного воздействия»⁵⁵. Так, законом «О защите прав потребителей» предусмотрена такая возможность для указанного государственного органа. Продавец, будучи субъектом правоотношений, связанным с дистанционной продажей товаров, который на постоянной основе позволяет себе нарушать права потребителей, будет постоянным участником судебных заседаний. При удовлетворительном для Роспотребнадзора результате в судебном заседании, нарушающий права потребителей продавец будет обязан через средства массовой информации или иным способом довести решение суда до внимания потребителей.

Сложности у потребителей также возникают при проверке документов продавца об обязательной государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя или юридического лица, а также при попытке получения информации о юридическом адресе и полном наименовании стороны договор, так как зачастую на сайтах такая информация отсутствует, что противоречит действующему законодательству.

Исходя из изучения нормативно-правовых актов и авторских работ, посвященных организации процесса дистанционных продаж, следует отметить, что одной из основных проблем при осуществлении дистанционной торговли остается порядок, условия и форма заключения такого договора.

Зачастую на практике встает вопрос о моменте заключения договора. В пункте 20 «Правил продажи товаров дистанционным способом» устанавливается заключение договора с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или документа, который подтверждает выполненную оплату товара, а также с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар. Но в случае постоплаты покупатель остается незащищенным законодательством, так как может и вовсе не получить заказанный им товар. Отсутствие законодательного регулирования процесса принятия акцепта в дистанционных продажах также порождает ряд проблем, так как уведомление о принятии акцепта ничем не предусмотрено. Таким образом, покупатель не всегда может быть уверен в совершении им заказа.

Еще одной проблемой являются сроки доставки. В случае, если в договоре указан срок доставки, разрешение споров между продавцом и покупателем урегулировано этим условием договора. Однако, в случае, когда срок доставки товара в договоре не прописан, понимание «разумного срока», предусмотренного

⁵⁵ Пешехонов, А.В. Особенности административной ответственности за совершение правонарушений в области дистанционной торговли / А.В. Пешехонов // Научно-исследовательские публикации. – 2013. – № 2. – С. 76.

действующим законодательством для продаж дистанционным способом, у продавца и покупателя разнится. И в этом случае закон встает на сторону покупателя, ущемляя при этом права продавца. Так, обязательство продавца по передаче товара покупателю, не исполненное в разумный срок, должно быть реализовано в семидневный срок со дня предъявления покупателем требования о его исполнении.

Что касается доставки, встает также вопрос о проблемах в сфере логистики, что также провоцирует появление сложностей при доставке товаров потребителям. Компании прогрессивных форм внемагазинной торговли выстраивают собственную логистическую инфраструктуру в крупных городах, при этом небольшие виртуальные магазины, которые занимают значительную часть рынка дистанционной торговли, не могут себе этого позволить. С этим связана высокая стоимость и длительные сроки доставки в удаленные местности и неразвитые города. В настоящий момент только ФГУП «Почта России» является федеральным оператором, который осуществляет доставку по всей стране. Но многим из граждан Российской Федерации не раз приходилось сталкиваться с проблемами, которые возникают в процессе работы указанной выше организации.

Сложность, с которой также сталкивается потребитель, это проблема идентификации пользователя, которая связана с особенностями заключения договора в электронном виде. В настоящее время установить личность участника дистанционной торговли в сети Интернет на основании IP-адреса компьютера технически практически невозможно. Как правило, при помощи IP-адреса существует возможность устанавливать только населенный пункт, где было установлено соединение по сети Интернет. Кроме того, существует возможность скрытия настоящего IP-адреса компьютера (прокси-сервер). Более того, по местонахождению банка – эмитента кредитных карт, с помощью которых производится оплата, также невозможно с достоверностью установить местонахождение участников дистанционной купли-продажи.

Как уже было сказано ранее, законодательно не предусмотрена императивная норма о заключении договора в письменном виде. Так Гражданский кодекс Российской Федерации предоставляет субъектам договорных отношений право на совершение сделок устно, если отсутствует законодательное предписание или соглашение сторон об ином. Одним из способов решения данной проблемы было бы использование электронной цифровой подписи, однако, в нашей стране на сегодняшний момент еще слишком мало тех, кто пользуется этой возможностью. Кроме того, вопрос, связанный с идентификацией пользователей – это соблюдение Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных», который требует соблюдать хранение и обработку персональных данных граждан Российской Федерации только на территории нашей страны, что приводит к трудностям в совершении покупок за границей.

Кроме идентификации продавца, «покупатель также сталкивается с проблемой отсутствия информации о посреднике, который осуществляет доставку товара»⁵⁶. Дистанционная купля-продажа предусматривает обязательное предоставление информации относительно продавца и товара. Так, согласно п. 8 «Правил продажи товаров дистанционным способом» продавец должен предоставить достоверную информацию о свойствах, стоимости и условиях приобретения товара, производителе, полном наименовании и адресе продавца, а также о сроке действия предложения о продаже товара и пр. Таким образом, покупатель законодательно лишен возможности в обязательном порядке иметь сведения о перевозчике или службе доставки.

Кроме того, при осуществлении покупок за границей потребитель сталкивается и с проблемой юрисдикции. Не всегда имеется «возможность применения стандартных правил юрисдикции к правоотношениям по ведению дистанционной торговли, возникающим в сети Интернет»⁵⁷. Стандартные правила применения юрисдикции не всегда возможно применить к отношениям в сети Интернет. Данная проблема заключается в выборе между применением национального законодательства «О защите прав потребителей» и отдельных положений, связанных с ведением дистанционной купли-продажи.

Еще одной из значимых проблем считается международно-правовое регулирование электронной коммерции. Многие международные организации занимаются унификацией электронного документооборота в сфере коммерции. Но на самом деле, правовому регулированию подлежат только частные вопросы, а не только электронная коммерция. В связи с этим возникают проблемы между действующими международными соглашениями и предпринимательскими отношениями с использованием дистанционной продажи.

Кроме того, при осуществлении покупок в интернете потребитель должен оплатить товар. На сегодняшний день, не смотря на предлагаемое многообразие способов оплаты, около 25 % российских покупателей дистанционным способом предпочитают оплачивать товар наличными. Подобный выбор обусловлен, прежде всего, огромным риском кредитных махинаций.

Мошенничество в сфере дистанционной торговли спровоцировано пробелами в действующем законодательстве, а также недобросовестностью отдельных субъектов дистанционной торговли. Именно в сфере продаж в сети Интернет обостряется ситуация, когда нарушаются права потребителей чаще всего, что вызвано отсутствием правового регулирования размещения информации на сайтах Интернет-магазинов. Такие причины ставят вопрос о необходимости саморегулирования в качестве защитного механизма.

Таким образом, очевидные недочеты в существующей нормативно-правовой базе в сфере дистанционных продаж порождают появление сложностей при

⁵⁶Тамина, Е.В. Правовое регулирование дистанционного договора / Е.В. Тамина // Вестник Волгоградского гос. университета. Юриспруденция. – 2016. – № 6. – 258 с.

⁵⁷ Тропин, И.Г. Проблемы защиты прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / И.Г. Тропин // Приднепровский научный вестник. – 2018. – № 1. – С. 6–8.

защите прав потребителей. В рассматриваемой нами сфере коммерческой деятельности, существенные пробелы в современном законодательстве в области дистанционной купли-продажи становятся причиной возникновения проблем защиты прав потребителей. Из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что в законодательстве о защите прав потребителей существует определенная недосказанность в части дистанционной продажи товаров. Для разрешения проблем в данном институте необходимо систематизировать законодательство в продаже дистанционным способом, такое решение позволит установить единые для всех правила на рынке электронной торговли, а также расширить понятийный аппарат в данной сфере.

3.2 Предложения по совершенствованию защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров

Дистанционная торговля, в отличие от телевидения является двусторонним средством коммуникации и обеспечивает эффективную обратную связь, как в рамках конкретных отношений, так и в потребительском сообществе в целом. Тем не менее, развитие дистанционных продаж в России значительно отстает от других стран. Законом установлены «только границы нормальных отношений дистанционной продажи товаров, однако он не следит за порядком и предоставлением услуг с помощью данного способа торговли»⁵⁸.

Как нам удалось выяснить, нарушения в области дистанционной торговли преимущественно связаны со следующими факторами.

1. Реализация небезопасных товаров, которые не соответствуют заявленным требованиям, продажа товаров, ограниченных в обороте законодательством той или иной страны.

2. Нарушение сроков доставки товара, непоставка оплаченного товара, отсутствие уведомления о получении акцепта от покупателя.

3. Продажей товара, не соответствующая заявленным качеству и характеристикам, намеренное введение в заблуждение покупателя о свойствах товара.

4. Отсутствие реагирования на заявленные законные требования покупателя в части отказа от возврата денежных средств при доставке товара ненадлежащего качества, при возврате неподошедшего товара и пр., включение в договор условий, ущемляющих права потребителей.

5. Идентификация, сокрытие или неполное раскрытие информации о продавце (изготовителе, исполнителе): отсутствие указания на наименование организации, осуществляющей дистанционную торговлю, на адрес и место нахождения, недостоверная информация о товаре, производителей, сроке службы и гарантии, в связи с чем возникают препятствия для потребителя в случае обращения в суд для защиты свои законных прав.

⁵⁸Чурсина, И.Ю. Торгуем на расстоянии / И.Ю. Чурсина // Индивидуальный предприниматель: бухгалтерский учет и налогообложение. – 2015. – № 3. – С. 32.

6. Мошенничество и низкий уровень правовой грамотности покупателей, в особенности потребителей пожилого возраста.

7. Ненадлежащий сбор, хранение и обработка персональных данных покупателей.

На основании изложенных проблем необходимо разработать комплекс мер по их разрешению на законодательном уровне.

Во-первых, необходимо систематизировать законодательство в области дистанционной торговли путем разработки единых правил для субъектов данных правоотношений.

Во-вторых, следует создать нормативную базу для расширения возможностей саморегулирования деятельности продавцов при дистанционной купле-продаже. Важным действием представляется связывание доменного имени сайта с определенным продавцом.

На законодательном уровне следует предусмотреть гарантии для пользователей сети Интернет в сфере дистанционной торговли. По нашему мнению, такое решение представляется следующим образом.

1. Обязательное предоставление информации об особенностях электронного договора перед его заключением, в том числе информационными посредниками.

2. Определение минимального перечня сведений, который должен содержать в себе электронный договор, а также форму предоставления этих сведений.

3. Для продавцов, планирующих осуществлять торговлю дистанционным способом в сети интернет, закрепить обязательство о регистрации и предоставлении сведений о юридическом лице, которое будет размещать на сайте свою информацию, а также об информационном посреднике, который регулирует работу самого сайта.

4. За предоставление не полных или недостоверных сведений установить ответственность для информационных посредников.

Кроме того, в результате анализа договора дистанционных продаж товаров, нам видится правильным закрепление понятия дистанционного договора как самостоятельного вида в Гражданском кодексе Российской Федерации. При этом существенными условиями такого договора должны являться предмет, цена и срок доставки товаров.

В целях решения вопроса о сроках доставки товара, проданного дистанционным способом, следует определить временные границы для его исполнения, если такой срок не будет предусмотрен договором, оптимальным сроком для доставки товара до получателя будет 30 дней с момента заказа товара потребителем.

Принимая во внимание все объективные факторы, которые негативно сказываются на добросовестном исполнении продавцом своих обязательств при продаже им товара ненадлежащего качества, не лишним было бы введение отдельных положений относительно сроков устранения недостатков.

- 45 дней со дня отправки покупателем продавцу товара ненадлежащего качества, для их устранения;

- 30 дней для замены товара ненадлежащего качества;

- 30 дней дополнительно к 45 дням для проведения дополнительной проверки товара, экспертизы и т. д.;
- норму, обязывающую продавца предоставить покупателю на время проверки аналогичный по характеристикам товар, в отношении дистанционной торговли убрать, как нецелесообразную вследствие ее невыполнимости.

На всех уровнях власти важно выработать подходы к решению рассмотренных проблем в контексте развития рынка дистанционных продаж в новых формирующихся условиях – Таможенного союза, ЕврАзЭС, ВТО. Следует отметить, что в Российской Федерации в 2004 году была создана некоммерческая организация – НАДТ, целью которой является представление интересов участников рынка дистанционной торговли. Сегодня в организации состоят крупнейшие компании, занимающие в совокупности не менее половины оборота в секторе. Основная задача данной некоммерческой организации – содействие созданию в России благоприятной для развития дистанционной торговли средой путем взаимодействия с государственными органами в выработке законодательства, эффективно регулирующего данный сектор коммерции.

Кроме того, необходимо выработать единую терминологию в рассматриваемой нами сфере коммерции. По нашему мнению, такие изменения в части терминологии должны быть внесены в Закон Российской Федерации «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации», «Правила продажи товаров дистанционным способом», «Правила продажи отдельных групп товаров, и государственных стандартах торговой деятельности: ГОСТ Р 51303–99» Торговля. Термины и определения», ГОСТ Р 51304–2009 «Услуги торговли. Общие требования». Кроме того, не лишним стало бы внесения таких положений в Общероссийский классификатор услуг населению (ОКУН) и Общероссийский классификатор продукции (ОКП).

Как было отмечено ранее, важным шагом на пути улучшения положения покупателя в сфере дистанционной торговли в части защиты его прав, следует проработать вопрос об оптимизации работы ФГУП «Почты России», так как организация на данный момент не готова обеспечивать бесперебойную доставку большого объема товаров при относительно высокой стоимости транспортировки товара.

Помимо предложений о внесении изменений в действующее законодательство, нам представляется важным проведение таких мероприятий как просветительские встречи с различными категориями граждан, в том числе со студентами, как наиболее перспективной группой участников дистанционной торговли, включение дисциплины «Защита прав потребителей», «Потребительское право» в образовательные программы в целях просвещения потребителей;

Что же касается дистанционной торговли непосредственно в сети Интернет, то наше предложение по урегулированию части возникающих споров могло бы быть решено благодаря созданию единого реестра благонадежных продавцов в сфере дистанционных продаж с указанием сайта организации.

При этом должны быть разработаны единые требования к обязательной информации, размещаемой на сайте продавца:

- обязательное наличие графы о согласии покупателя на обработку своих персональных данных при осуществлении покупок через Интернет;
- размещение в свободном доступе правил осуществления продажи дистанционным способом и условий оферты.

Таким образом, исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что совершенствование нормативно-правовой базы в сфере защите прав потребителей при дистанционном способе продажи должно осуществляться с внесением изменений в законодательство.

Выводы по разделу 3

В третьем разделе мы изучили проблемы в области защиты прав потребителей

Одним из важнейших вопросов в сфере дистанционной торговли является обеспечение безопасности рынка.

Так, основные трудности при защите потребителем своих прав составляют:

- проблема идентификации продавца;
- сроки и порядок доставки товара;
- порядок и способ оплаты товара;
- порядок возврата денежных средств при возврате товара;
- проблема юрисдикции и др.

Основной причиной возникновения разногласий и спорных моментов является, безусловно, неполное законодательное урегулирование процесса дистанционной торговли. Существуют пробелы в законодательстве, а некоторые нормы не отвечают реалиям жизни. Особенно негативно сказывается на защите прав потребителей при дистанционной продаже, несоответствие Российского законодательства с правовыми нормами других государств, когда субъекты правоотношений при дистанционной торговле находятся в разных странах. На основании изучения выявленных проблем нами были предложены способы решения путем внесения изменений в действующее законодательство Российской Федерации. Установление четких временных рамок осуществления дистанционных сделок. Создание единого реестра благонадежных продавцов в сфере дистанционной торговли. Также, необходимо усилить просветительскую работу с населением о правилах и соблюдении безопасности при осуществлении дистанционных покупок. Активизировать работу внутри международных торговых организаций и с крупнейшими торговыми площадками по вопросу синхронизации правил и механизмов защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Принимая во внимание роль технического прогресса, который проявляется в том числе и в сфере гражданско-правовых отношений в части розничной торговли, важно отметить отставание нормативного регулирования от современной российской и мировой действительности в части дистанционных продаж.

Интернет стирает границу между покупателем и продавцом, уменьшает затраты продавцов и потребителей, открывает новые возможности для развития торговой сферы. Вместе с тем Интернет является принципиально новым инструментом в торгово-розничных отношениях, в связи с чем у организаций появляется перманентная необходимость менять привычные формы ведения торговли.

В результате проведенного нами исследования, мы узнали, что сегодня понятие дистанционного способа продажи товаров отражено в четырех документах: в статье 497 Гражданского кодекса РФ, в статье 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», в постановлении Правительства РФ от 27.09.2007 года № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом», а также в ГОСТ Р 51304–2009 «Услуги торговли. Общие требования». В соответствии с последним нормативным документом: «Дистанционный способ реализации товаров осуществляется посредством ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товаров, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах, а также посредством электронных средств массовой информации, средств связи (телерадиореклама, телемагазин, почтовая связь, интернет-торговля, электронный магазин) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром, либо образцом товара. Дистанционный способ реализации товаров предполагает оказание услуг по доставке товаров путем их пересылки покупателям почтовыми отправлениями или иными способами»⁵⁹.

Для организации дистанционных продаж преобладающее значение имеет Интернет, который становится с каждым днем все более популярным. Для покупателя и продавца глобальная сеть Интернет уже является своего рода плацдармом для общения, а не только каналом связи. Так, в настоящее время покупатель и продавец работают в одном пространстве, не жили прежде, когда продавцу было необходимо обрабатывать поступивший заказ. Сегодня обработка заказов покупателей происходит автоматически, что способствует сокращению затрат.

Автоматическая обработка заказов стала основой интерактивной коммуникации между продавцом и покупателем. Автоматизированная обработка заказа позволяет осуществлять взаимодействие покупателя и продавца в режиме реального времени благодаря высоким скоростям, несмотря на то, что запросы все

⁵⁹ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования». – М.: Стандартинформ, 2010. – 8 с.

же не могут обрабатываться непрерывно как при реальных продажах в традиционном магазине при общении вживую.

Безусловно, на пути развития дистанционных продаж развиваются и проблемы осуществления рассматриваемой деятельности и законодательного регулирования этой сферы. Достоинства и недостатки рассматриваемого способа торговли представлены в обобщенном виде в ПРИЛОЖЕНИИ Б.

Дистанционной торговлей принято называть разновидность розничной торговли товарами или услугами. Главным отличием от традиционной торговли, как мы уже выяснили, является удаленность продавца от покупателя. Не имеет значения расстояние между этими субъектами, факт отсутствия возможности увидеть продавца, а также товар, оценить его потребительские свойства тактильно – вот определяющее условие удаленности. Ознакомление с выбранным товаром происходит через картинку и описание, представленное продавцом. Это представляет собой основную особенность дистанционных продаж.

При дистанционных продажах стороны не контактируют лично, вступая в договорные отношения. Принимая оферту, покупателю достаточно заполнить специальную форму заказа на сайте продавца, выбирая при этом предложенные способы оплаты товара: наличный или безналичный расчет. Безусловно, покупатель в этом случае находится в уязвимом положении.

На основании выделенных особенностей дистанционных продаж мы выделили следующие характерные черты:

- обезличенность продавца и покупателя;
- невозможность тактильного контакта и проверки функционала;
- оценка товара при помощи технических средств связи: интернета, телевидения, радиовещания и пр.

Кроме того, мы изучили особенности заключения договора дистанционной купли-продажи. При совершении этого юридически-значимого факта возникает ряд проблем: с моментом заключения договора, его формой.

В рассмотренных выше разделах нам удалось выявить ряд проблем действующего законодательства в области регулирования гражданских правоотношений, связанных с договором дистанционной розничной купли-продажи.

Не составляет труда заметить из нашего исследования, что Российское законодательство широко охватило направление по дистанционным способам продажи. Система нормативно-правового регулирования дистанционной торговли состоит из общих норм, определяющих правовое положение участников дистанционной торговли, основание возникновения права собственности и т. д.

Мы выявили ряд проблем, которые до сегодняшнего дня остаются неурегулированными в сфере защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом:

- момент заключения договора;
- сроки доставки товара;
- осуществление процесса доставки товара;
- проблема идентификации продавца;

- проблема юрисдикции;
- международно-правовое регулирование дистанционной торговли;
- мошенничество;
- гарантийные обязательства и возврат некачественного товара.

На основании изучения выявленных проблем нами были предложены способы решения некоторых из них. Наши предложения по совершенствованию института защиты прав потребителей при осуществлении продаж дистанционным способом:

- систематизация законодательства;
- разработка единых правил осуществления дистанционной торговли;
- разработка и внедрение гарантий для пользователей сети Интернет в сфере дистанционной торговли;
- закрепление понятия дистанционного договора как самостоятельного вида в Гражданском кодексе Российской Федерации;
- определение временных границ для исполнения договора дистанционной купли-продажи товаров;
- оптимизация работы основного представителя услуг по доставке товаров почтовым способом на территории Российской Федерации ФГУП «Почты России»;
- проведение просветительских мероприятий с потенциальными покупателями в сфере дистанционной торговли, в том числе со студентами, как наиболее перспективной группой участников дистанционной торговли;
- включение дисциплины «Защита прав потребителей» в образовательные программы;
- создание единого реестра благонадежных продавцов в сфере дистанционных продаж с указанием сайта организации.

В заключение хотелось бы добавить, что торговля дистанционным способом имеет большой потенциал и в связи с этим развивается с высоким темпом. У государства есть возможность добиться поднятия социального статуса населения России за счет увеличения количества рабочих мест и повышению доступности товаров при поддержке дистанционной торговли. Также, за счет увеличения товарооборота с продавцами из-за рубежа, могут быть увеличены финансовые потоки. В виде пошлин – наполняемость бюджета. В виде инвестиций – вложение в логистическую инфраструктуру. Например, открытие китайской структурой Alibaba Group, на территории Российской Федерации, торговой площадки Tmall, работающей в правовом и финансовом поле России.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 1 и 2. Полный сборник кодексов. – М.: Юристъ, 2008. – 356 с.
 2. Федеральный закон от 07.02.1992 г. № 2300–1 «О защите прав потребителей». – СПС «Гарант».
 3. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38–ФЗ «О рекламе». – СПС «Гарант».
 4. Указ Президента Российской Федерации от 22.02.1992 г. № 179 «О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена». – СПС «КонсультантПлюс».
 5. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 г. № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом». – СПС «Гарант».
 6. Постановление Правительства Российской Федерации от 21.07.1997 г. № 918 «Об утверждении Правил продажи товаров по образцам». – СПС «Гарант».
 7. Европейская конвенция от 01.01.2002 г. «О международной почтовой и дистанционной торговле». – <http://zpp74.ru/zakonodatelstvo/300.html>.
- Стандарты
8. ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования». – М.: Стандартинформ, 2010. – 8 с.
 9. Абдурахманов, Р.Р. Защита прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / Р.Р. Абдурахманов // NovaUm.Ru. – 2017. – №6. – С. 213–215.
 10. Агафонова, Н.Н. Комментарий к Закону Российской Федерации «О защите прав потребителей» (постатейный). – М.: Проспект, 2017. – 240 с.
 11. Арутюнян, М.С. Механизм защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом / М.С. Арутюнян // Аграрная наука. – 2016. – № 1. – С. 185–191.
 12. Архипов, В.В. Проблемы правового регулирования оборота товаров в сети Интернет: от дистанционной торговли до виртуальной собственности / В.В. Архипов. – М.: Закон, 2014. – С. 120–143.
 13. Ащева, О.В. Актуальные проблемы защиты прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / О.В. Ащева // Материалы XXXVIII Международной научно-практической конференции. – 2018. – № 1. – С. 219–220.
 14. Белова, О.А. Правовая характеристика существенных условий договора дистанционной купли-продажи определяющих его место в системе договоров купли-продажи / О.А. Белова // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2015. – № 1 (26). – С. 110–111.
 15. Блинов, А. Продажа товаров дистанционным способом / А. Блинов // Новая бухгалтерия. – 2008. – № 1. – С. 55–68.
 16. Гришина, Т.М. Обеспечение безопасности российского бизнеса в сетевом обществе: некоторые правовые вопросы/ Т.М. Гришина // Безопасность бизнеса. – 2017. – № 4. – С. 3–8.

17. Гузова, Ю.Е. Особенности продажи товаров дистанционным способом и проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров через Интернет / Ю.Е. Гузова // Общественное научное мероприятие. – 2014. – № 1. – С. 33–35.
18. Гусаров, А.В. Проблемы защиты прав потребителей по договору дистанционной купли-продажи / А.В. Гусаров // Студенческий: научный журнал. – 2017. – № 19 (19). – С. 24–26.
19. Зак, А.Ю. Нарушения прав потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной продажи в Интернете и способы их преодоления / А.Ю. Зак // Современное право. – 2015. – № 8. – С. 84–86.
20. Иванов, Р.В. Нарушение прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / Р.В. Иванов // Инновационные процессы и технологии в современном мире. – 2015. – № 1 (3). – С. 170–173.
21. Катарская, С.А. Особенности и проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом / С.А. Катарская // Актуальные проблемы гражданского права. – 2015. – № 1. – С. 140–152.
22. Кечагин, И. Продажа на дистанции. Оформление сделки / И. Кечагин // Современный предприниматель. – 2008. – № 11.
23. Кириллова, О.А. Правовая характеристика существенных условий договора дистанционной купли-продажи, определяющих его место в системе договоров купли-продажи. / О.А. Кириллова // Вестник ВолГУ. – 2015 – № 1 – С. 112.
24. Киселева, Р.В. Нарушение прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / Р.В. Киселева // Инновационные процессы и технологии в современном мире. – 2015. – № 1 (3). – С. 170–173.
25. Кремнев, Ю.В. Проблемы правового регулирования продаж товаров дистанционным способом посредством сети Интернет / Ю.В. Кремнев // Концепции устойчивого развития науки в современных условиях. – 2017. – № 1. – С. 244–248.
26. Левашов, С. Электронные деньги / С. Левашов // Юрист : электронный журнал – 2005. – № 48.
27. Максимова, Н.А. Предоставление информации о товаре по договору дистанционной купли-продажи / Н.А. Максимова // Молодой ученый. – 2018. – № 24. – С. 222–224.
28. Мейлева, А.В. Защита прав потребителей по договору дистанционной купли-продажи / А.В. Мейлева // Студенческий: научный журнал. – 2017. – № 19 (19). – С. 24–26.
29. Мошкало, И.Г. Проблемы защиты прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / И.Г. Мошкало // Приднепровский научный вестник. – 2018. – № 1. – С. 6–8.
30. Пешехонов, А.В. Особенности административной ответственности за совершение правонарушений в области дистанционной торговли / А.В. Пешехонов // Научно-исследовательские публикации. – 2013. – № 2. – С. 76.

31. Пимаева, О.А. Гражданско-правовое регулирование отношений в области дистанционной торговли / О.А. Пимаева // Молодой ученый. – 2017. – № 46. – С. 237–239.
32. Пластинина, Н.В. Дистанционные покупки: порядок приобретения товаров и юридическая защита потребителей. / Н.В. Пластинина. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 157 с.
33. Поляев, В.В. Проблемы правового регулирования оборота товаров в сети Интернет: от дистанционной торговли до виртуальной собственности / В.В. Поляев. – М.: Закон, 2014. – 260 с.
34. Рынкевич, И.М. Проблема гражданско-правового регулирования продажи товаров дистанционным способом / И.М. Рынкевич // Актуальные проблемы российского частного права. – 2017. – № 1. – С. 102–105.
35. Савенкова, И.В. Дистанционная торговля и ее место в ритейлинге / И.В. Савенкова // Молодой ученый. – 2016. – № 8. – С. 659–663.
36. Сергеева, П.О. Проблемы правового регулирования купли-продажи товаров дистанционным способом / П.О. Сергеева // Синергия наук. – 2018. – № 24. – С. 1048–1059.
37. Симонян, А.Л. Защита прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / А.Л. Симонян // Молодой ученый. – 2018. – № 4. – С. 154–156.
38. Соловьев, К.В. Дистанционная торговля как объект правового регулирования / К.В. Соловьев // Вестник МИЭП. – 2016. – № 3 (24). – С. 119–126.
39. Тамина, Е.В. Правовое регулирование дистанционного договора / Е.В. Тамина // Вестник Волгоградского гос. университета. Юриспруденция. – 2016. – № 6. – 258 с.
40. Тимаков, А. Интернет-торговля: ограничения и запреты / А. Тимаков // ЭЖ-Юрист. – 2016. – № 17-18. – С. 11.
41. Тиме, Я. Дистанционная торговля. / Я. Тиме. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 384 с.
42. Тропин, И.Г. Проблемы защиты прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / И.Г. Тропин // Приднепровский научный вестник. – 2018. – № 1. – С. 6–8.
43. Тужилова-Орданская, Е.В. Гражданско-правовое регулирование дистанционного договора / Е.В. Тужилова-Орданская // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2016. – № 6. – С. 258–260.
44. Филина, Ф.Н. Торговля с доставкой: проблемные моменты / Ф. Н. Филина // Предприниматель без образования юридического лица. ПБОЮЛ. – 2007. – № 2
45. Флейгель, Л.Ю. Проблемы, связанные с защитой прав потребителей при дистанционной торговле через сеть «Интернет» / Л.Ю. Флейгель // Приднепровский научный вестник. – 2018. – № 1. – С. 6–8.
46. Фролов, И.В. Некоторые аспекты правового регулирования дистанционной торговли в России / И.В. Фролов // Вестник РГГУ: Серия «Юридические науки». – 2016. – № 9. – С. 189.

47. Чурсина, И.Ю. Торгуем на расстоянии / И.Ю. Чурсина // Индивидуальный предприниматель: бухгалтерский учет и налогообложение. – 2015. – № 3. – С. 32.
48. Шелихов, В.В. Дистанционная торговля в России: история, развитие, статистика / В.В Шелихов. – М.: Юрайт, 2015. – С. 240.
49. Шитина, О.А. Защита прав потребителей в области дистанционной торговли по гражданскому законодательству Российской Федерации / О.А. Шитина // Молодой ученый. – 2017. – № 41. – С. 124–127.
50. Щипкова, Ю.В. Проблемы правового регулирования продаж товаров дистанционным способом посредством сети Интернет / Ю.В. Щипкова // Концепции устойчивого развития науки в современных условиях. – 2017. – № 1. – С. 244–248.
51. Юнусов, А.В. Защита прав потребителей в области дистанционной торговли / А.В. Юнусов // Студенческий: электронный научный журнал – 2017. – № 19. – С. 10–12.
52. Яворская, С.А. Особенности и проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом / С.А. Яворская // Актуальные проблемы гражданского права. – 2015. – № 1. – С. 140–152.

ПРИЛОЖЕНИЕ А