

ПРОБЛЕМЫ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ В СФЕРЕ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ

Хилькевич Анжелика Олеговна,

студент МГЮА им. О.Е. Кутафина

Аннотация. За последние несколько лет дистанционная торговля в России стремительно ускорила свои темпы развития. Данная статья посвящена проблемам гражданско-правового регулирования договора розничной купли-продажи дистанционным способом. В настоящее время отсутствует система нормативно-правовых актов, позволяющая в полной мере урегулировать отношения, возникающие в сфере дистанционной торговли товарами и услугами. Изменения, вносимые в законодательные и иные нормативные правовые акты, не обеспечивают своевременного реагирования на проблемы, существующие в рассматриваемой области, а также не в полной мере учитывают накопленный в ряде зарубежных стран опыт правового регулирования отношений в сфере дистанционной торговли. В статье освещаются проблемы гражданско-правового регулирования договора розничной купли-продажи дистанционным способом. Автор выделяет ряд признаков, характеризующих дистанционный договор. В статье рассматриваются вопросы выработки единого подхода к определению понятия "дистанционная торговля". Автор отмечает, что необходимость законодательного закрепления данного понятия обусловлена ростом торговли товарами и услугами в условиях постоянного развития электронных коммуникаций. Автор рассматривает проблемы, связанные с возникновением и осуществлением договорных отношений, обусловленных своеобразной правовой природой дистанционной розничной торговли.

Ключевые слова: дистанционный договор, дистанционная торговля, договор купли-продажи, потребитель, продавец, товар.

PROBLEMS OF CIVIL LAW REGULATION OF RELATIONS IN THE FIELD OF DISTANCE TRADING

Khilkevich Angelika Olegovna

Annotation. Over the past few years, distance trade in Russia has rapidly accelerated its pace of development. This article is devoted to the problems of civil law regulation of the contract of retail purchase and sale by remote means. Currently, there is no system of legal acts that would allow to fully regulate the relations arising in the field of distance trade in goods and services. Changes made to legislative and other regulatory legal acts do not provide a timely response to the problems that exist in the area under consideration, and also do not fully take into account the experience gained in a number of foreign countries in the legal regulation of relations in the field of distance trading. The article highlights the problems of civil law regulation of the contract of retail purchase and sale by remote means. The author identifies a number of features that characterize the distance contract. The article deals with the development of a unified approach to the definition of the concept of "remote trading". The author notes that the need for legislative consolidation of this concept is due to the growth of trade in goods and services in the context of the constant development of electronic communications. The author examines the problems associated with the emergence and implementation of contractual relations, due to the peculiar legal nature of distance retailing.

Key words: distance contract, distance trading, sale and purchase agreement, consumer, seller, product.

В течение последних лет дистанционная торговля в России стремительно ускоряет темпы роста. В современном мире большинство хозяйствующих субъектов для расширения собственной деятельности используют различные способы осуществления дистанционной торговли товаров и услуг. Происходит расширение сфер применения электронной торговли, появляются новые возможности доступа к различным интернет-услугам.

Столкновение мира с пандемией коронавирусной инфекции, введение локдауна, принятие мер социального дистанцирования привели к спаду экономической активности в большинстве отраслей экономики, среди которых розничная торговля и сфера услуг оказались наиболее уязвимыми. В то же время, предпринятые меры позволили раскрыть преимущества дистанционной торговли по сравнению с традиционными форматами торговли прежде всего с точки зрения требований санитарно-эпидемиологической безопасности. Безусловно, это повлияло на рост объемов интернет-торговли.

Проблема заключается в том, что в настоящее время отсутствует система нормативно-правовых актов, позволяющая в полной мере урегулировать отношения, возникающие в сфере дистанционной торговли товарами и услугами. Изменения, вносимые в законодательные и иные нормативные правовые акты, не обеспечивают своевременного реагирования на проблемы, существующие в рассматриваемой области, а также не в полной мере учитывают накопленный в ряде зарубежных стран опыт правового регулирования отношений в сфере дистанционной торговли.

Также, стоит обратить внимание на тот факт, что в настоящее время в российском законодательстве отсутствует единое понимание дистанционной торговли. Так, Национальный стандарт ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения» [1] рассматривает дистанционную торговлю как форму торговли, осуществляемой на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах, на интернет-сайтах или представленным на фотоснимках, с использованием средств связи или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром (образцом товара) до заключения договора купли-продажи и осуществления оплаты за товар.

Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» [2] и Гражданский кодекс Российской Федерации [3] используют аналогичное по своей сути определение для термина «дистанционный способ продажи товара», устанавливаемое пунктом 2 статьи 497 ГК РФ и статьей 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей».

Исходя из анализа нормативно-правовой базы, можно предположить следующее: различия в понимании исследуемого явления связаны с тем, что законодатель относит дистанционную торговлю не к отдельному виду договора розничной купли-продажи, а лишь к особому способу продажи товаров.

К похожему выводу можно прийти и при анализе доктринальных положений. Так, В.В. Шелихов и О.О. Громова считают, что дистанционная торговля является «одной из форм

внемагазинной розничной продажи товаров путем их рассылки и доставки по индивидуальным заказам покупателей по указанным ими адресам» [4, с. 105].

В основу указанных определений положен характерный для дистанционной торговли признак, а именно то, что до совершения покупки покупатель не может посмотреть, потрогать, попробовать на вкус приобретаемую продукцию, испытать ее в работе или проверить каким-либо другим способом. До приобретения товара покупатель знакомится только с его изображением и/или описанием, предоставленным в письменной или электронной форме.

В качестве основных признаков дистанционной торговли в доктрине также выделяются следующие: купля-продажа товара осуществляется вне стационарных мест торговли; обязательное наличие публичной оферты; доставка товара покупателю по месту требования; возможность проведения расчетов с использованием электронных денег. Сам термин «дистанционно» применительно к торговле товаром предполагает отсутствие непосредственного контакта (в реальном времени) покупателя с товаром или его образцом.

К договорам, заключаемым дистанционным способом, применяются правила о договоре розничной купли-продажи. Главное отличие электронного договора купли-продажи от обычного договора розничной купли-продажи состоит в способе заключения (особые средства обмена информацией, путем использования электронных данных, письмами и т. д.) и форме договора.

Важно отметить, что не каждый товар, являющийся предметом договора розничной купли-продажи, может являться предметом договора дистанционной купли-продажи. Предметом договора дистанционной купли-продажи могут быть любые вещи, предназначенные для личного, семейного, домашнего или иного использования, не изъятые из оборота, используемые для потребления, не связанного с ведением предпринимательской деятельности. Таким образом, запрещена продажа дистанционным способом табачной и алкогольной продукции, а также товаров ограниченных и запрещенных в обороте, например, оружие, боеприпасы и т.д.

Следовательно, по сравнению с предметом розничной купли-продажи предмет договора дистанционной купли-продажи носит ограниченный характер.

В цивилистике нет единого понимания момента заключения электронного договора купли-продажи. Так, Е.А. Суханов рассматривает такой договор как реальный, поскольку заключенным последний должен считаться с момента передачи покупателю товара [5, с. 78]. Но более правильным представляется считать рассматриваемый договор консенсуальным. В этом случае договор считается заключенным с момента получения продавцом акцепта, а не с

момента передачи товара или его оплаты. В противном случае стороны не смогут предъявлять требования, связанные с передачей товара или его оплатой.

В целях обеспечения максимальной защиты прав и законных интересов потребителя, осуществляющего покупки товаров дистанционным способом, законодателем разработана система требований и ограничений, соблюдение которых является обязательным для всех участников дистанционной торговли. Однако на практике нередко возникают проблемы в сфере реализации прав потребителей.

Покупая товар дистанционно, потребитель имеет право на получение необходимой и достоверной информации о товаре, о продавце (изготовителе), на приобретение товара надлежащего качества и безопасного для жизни, здоровья и имущества потребителя, окружающей среды, на отказ от товара надлежащего качества, на своевременную доставку товара.

Вместе с тем, предложение о заключении договора купли-продажи подпадает под действие ст.437 ГК РФ о публичной оферте, а это значит, что продавец обязан заключать договор с каждым на равных условиях. Проблема заключается в том, что если покупатель приобретает товар дистанционно, его право на равные условия не может быть гарантировано в силу того, что практически невозможно индивидуализировать содержание сайта для каждого отдельно взятого покупателя. Например, цена может изменяться в зависимости от способа входа в сеть Интернет (так, цена одного и того же товара может быть ниже, если вход на сайт осуществляется через мобильный телефон, а не компьютер).

Как известно, в данных правоотношениях кроме продавца и покупателя принимает участие дистрибьютор или другое лицо, которое выступает посредником. В то же время законодатель не определил статус последнего, что не способствует единообразной практике. На практике имели место случаи, когда косметические товары продавали физические лица, не являющиеся индивидуальными предпринимателями и при возникновении претензий к качеству товаров потребители были лишены возможности защищать свои права по законодательству о защите прав потребителей.

В связи с активным ростом данного сегмента потребительского рынка и вовлечения в него всё большего числа активных пользователей стали заметнее проявляться неурегулированные законодательством отношения, что позволяет недобросовестным участникам рынка использовать данное обстоятельство в целях получения максимальной выгоды в ущерб интересам и законным правам потребителей.

Представляется интересной точка зрения Е. В. Черепанова об актуальности вопроса совершенствования правового регулирования электронной торговли. Он указывает на то, что электронная торговля составляет неотъемлемую часть современной мировой экономики, что ставит перед государствами задачу по достижению эффективного правового регулирования в этой сфере. Вместе с тем, появление и постоянное развитие таких новых цифровых технологий, как блокчейн, криптовалюта, токены, майнинг, смарт-контракты и др., может приводить к частому пересмотру норм законов. Необходимость сохранения стабильности правовой системы в свете появления, развития и внедрения новых цифровых технологий, в том числе в сфере электронной торговли, все больше ставит вопрос о необходимости их апробации в рамках правового эксперимента [6, с. 38-41]. Таким образом, юридическая доктрина отмечает актуальность исследования вопроса электронной торговли, а также создания соответствующего нормативно-правового регулирования фактически возникающих отношений, связанных с дистанционным заключением гражданско-правовых сделок и их исполнением.

В связи с этим следует уделить внимание следующим направлениям развития законодательства и способам разрешения правовых проблем, возникающих при осуществлении дистанционной коммерческой деятельности.

Во-первых, необходима систематизация законодательства в области дистанционной продажи товаров для того, чтобы установить единые для всех правила рынка электронной торговли, а также расширить понятийный аппарат в данной сфере.

Во-вторых, необходимо создать нормативную базу для расширения возможностей саморегулирования деятельности предпринимателей по дистанционной продаже товаров в сети Интернет, предусматривающую, в том числе, организацию уведомительного реестра, в котором можно было бы связать доменное имя интернет-магазина с конкретным предпринимателем. Такая регистрация решила бы отчасти и проблемы налогообложения электронной торговли.

Подводя итог, следует отметить, что в области электронной коммерции в российском законодательстве сегодня существует много пробелов, которые значительно усложняют договорные отношения между продавцом и покупателем. Представляется необходимым разработать и реализовать ряд мер по совершенствованию системы электронных правоотношений в сфере торговли. В частности, внести в действующее законодательство правила о форме электронного договора, правила, которые комплексно определяют условия размещения информации о товаре на сайте, и необходимо детально регулировать порядок и

форму оплаты товара и возврата денежных средств. На нынешнем этапе становления и развития правового регулирования в сфере электронной коммерции законодатель должен выполнять фундаментальную работу, без которой дальнейшее развитие электронных деловых отношений представляется затруднительным.

Список литературы

1. «ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст) (ред. от 22.04.2020) // <http://www.consultant.ru>

2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей» // <http://www.consultant.ru>

3. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 08.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022) // <http://www.consultant.ru>

4. Шелихов В.В., Громова О.О. Дистанционная торговля в России: история, развитие, статистика. М., 2011. 105 с.

5. Российское гражданское право: Учебник: В 2-х томах. Том I. Общая часть. Вещное право. Наследственное право. Интеллектуальные права. Личные неимущественные права / Отв. ред. Е.А. Суханов. - М.: Статут, 2011. - С. 78.

6. Черепанова Е. В. Правовой эксперимент как механизм апробации технологий электронной торговли // Международное публичное и частное право. 2020. № 6. С. 38 – 41.