

УДК 347.4

ДИСТАНЦИОННЫЙ СПОСОБ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В.В. Величко

магистрант направления подготовки 40.04.01, Юриспруденция,

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП), e-mail: Velichko.vladimir.89@bk.ru

Научный руководитель: А.В. Дмитренко, к.ю.н., доцент

Аннотация: в статье рассматриваются юридические признаки и существующие формы дистанционной торговли эпоху цифровых технологий, использование которых существенно расширяя возможности гражданского товарооборота с участием потребителя

Ключевые слова: защита прав потребителей, дистанционная продажа, дистанционный договор, цифровые технологии, конкуренция.

REMOTE TRADING METHOD IN THE DIGITAL ENVIRONMENT

V.V. Velichko

Abstract: The article examines the legal features and existing forms of remote trade in the digital age, the use of which significantly expands the possibilities of civil trade with the participation of the consumer

Keywords: consumer protection, remote sales, remote contract, digital technologies

На сегодняшний день экономика Российской Федерации направлена, прежде всего, на развитие рыночных отношений, поддержание конкуренции товаров и услуг, ограничение монополистической деятельности. Одним из таких направлений является отрасль экономики, специализирующаяся на реализации товаров, и прежде всего, в розницу. Розничная торговля может осуществляться в различных формах, в том числе и дистанционным способом.

Под дистанционным способом торговли понимается предпринимательская деятельность, которая, начиная с коммерческого предложения потребителю и заканчивая выполнением заказа, осуществляются посредством широкого ряда способов коммуникации и распространения информации дистанционно, от письменного документа до использования самых передовых коммуникационных технологий. Научно-

технический прогресс затрагивает буквально все сферы деятельности человека, в том числе и дистанционную торговлю (оказание услуг).

В современной теории права, характерным признаком дистанционной торговли является то, что до приобретения товара покупатель знакомится только с его описанием и изображением, в электронной форме. Безусловно, с понятием дистанционной торговли неразрывно связанные такие его характерные признаки, как:

- а) стороны не встречаются лицом к лицу при совершении сделки;
- б) товары и услуги предоставляются продавцом дистанционно посредством различных коммуникативных средств (почтовые рассылки, рекламные объявления, телевидение, Интернет или любой другой интерактивный способ коммуникации);

Особого внимания заслуживает тот факт, что дистанционная торговля является одной из форм розничной продажи товаров. При этом, отношения, связанные с продажей товаров таким способом, наиболее подробно раскрыты в ГК РФ [1], Законе Российской Федерации «О защите прав потребителей» [2], Правилах продажи товаров дистанционным способом [3].

Как правило, при заключении дистанционного договора продавец, осуществляющий обработку персональных данных своих покупателей, обязан принять необходимые организационные и технические меры для защиты таких данных от неправомерного или случайного доступа к ним [5].

При таких обстоятельствах необходимо отметить, что дистанционная торговля все больше осуществляется через сеть Интернет на иностранных сайтах интернет-магазинов. Наибольший интерес представляет основная обязанность продавца, которая заключается, прежде всего, в предоставлении информации о товаре на русском языке, с указанием цен в российских рублях, а также контактных телефонов с российскими кодами.

Поданным Европейской ассоциации дистанционной торговли, существуют следующие преимущества такой торговли для потребителей:

1) потребитель может рассматривать сделанное ему предложение, находясь дома, свободно и не испытывая никакого давления со стороны продавца;

2) потребитель имеет возможность сравнивать предложения различных компаний;

3) дистанционные способы коммуникации дают потребителю возможность быть информированным о способах и сроках доставки предлагаемых товаров и/или услуг;

4) потребитель может выбирать, каким образом сделать заказ, оплатить его, а также когда и куда должен быть доставлен товар согласно условиям, установленным компанией;

5) потребитель имеет право вернуть товар или отказаться от заказанной услуги в период и исходя из условий, установленных компанией [4].

Вместе с тем, необходимо отметить, что продавец, предлагающий товар с территории иностранного государства, обязан предоставлять потребителю исчерпывающую информацию о законности и применимости коммерческого предложения на данной территории, а также об ограничениях, связанных с особенностями законодательства того или иного государства.

Следует иметь ввиду, что одной из ключевых проблем правового регулирования дистанционной торговли является возникновение у потребителя сложностей с определением факта инициирования заключения договора купли-продажи. Согласно п. 2 ст. 434 ГК РФ, -электронный акцепт должен быть направлен способом, позволяющим достоверно установить, что документ исходит от стороны по договору.

В качестве примера можно рассмотреть довольно таки непростую ситуацию, когда индивидуальный предприниматель П., увидев в интернете предложение АО «Агрохимия» о продаже агрохимикатов по цене, намного ниже, чем в других аналогичных организациях, направил по указанному электронному адресу согласие на заключение договора купли-продажи,

оплатив по указанному в договоре счету стопроцентную сумму заказа в размере одного миллиона рублей. При этом он ознакомился с отзывами о продавце, который являлся крупной фирмой с отличной репутацией.

Не получив в указанный в договоре срок оплаченного товара, П. направил претензию по адресу, указанному на сайте АО «Агрохимия», и к своему удивлению, узнал, что данное общество никогда с ним договор не заключало, и счет на оплату не выставляло

При обращении по факту мошенничества в правоохранительные органы удалось выяснить, что под брендом АО «Агрохимия», был создан сайт с аналогичным названием и измененной одной буквой <http://agrohlmia.com>, вместо <http://agrohimia.com>. Погнавшись за дешевой продукцией, предприниматель лишился значительной суммы денег, и вернуть их, скорее всего, не удастся, так как поддельный сайт зарегистрирован на территории иностранного государства.

В сфере электронного документооборота современный рынок позволяет потребителю в рамках коммерческого предложения упростить приобретение товаров и услуг за рубежом, с помощью электронных средств коммуникации, позволяющих установить прямой контакт и диалог с потребителем [6].

Во избежание нарушения взятых на себя обязательств, продавец нуждается в дополнительной конкретизации, в частности, будет ли информация о товаре, продавце, изготовителе, в том числе иностранного государства, доведена до потребителей в надлежащем виде. В развитие указанной позиции полагаем, что и потребитель должен быть проинформирован о своих правах и обязанностях, об условиях оплаты и доставки товаров или услуг.

Успешное решение проблем, возникающих при продаже товаров дистанционным способом, во многом зависит от своевременного приведения в соответствие действующего законодательства с современными реалиями развития цифрового пространства, принята национальном и

международном уровнях правила поведения, способствовавшие формированию единого правового пространства в сфере торговли, в том числе и дистанционным способом.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – 1996. – № 5. – Ст. 410.
2. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 (в ред. 18.07.2019) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 3, – ст. 140.
3. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 (ред. от 30.11.2019) «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» // Собрание законодательства РФ. – 2007. – № 41. – Ст. 4894.
4. Баев А.А. Правовое регулирование услуг розничной купли-продажи. Актуальные проблемы применения права: материалы межвузовской научно-практической конференции. – М.: Экон-Информ, 2016.
5. Пушкин А.А. Развитие гражданского законодательства о пределах осуществления гражданских прав // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2018. – № 1.
6. Романова К. Об актуальности исследования института международной купли-продажи // Интеллектуальные ресурсы — региональному развитию. – 2019. – Т.5, № 1.