

*Чернов Никита Альбертович  
студент 2 курса магистратуры,  
Саратовская государственная юридическая академия  
Россия, г. Саратов  
e-mail: saundhaf@yandex.ru*

## ДОГОВОР РОЗНИЧНОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ В СФЕРЕ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ

***Аннотация:** В статье рассматриваются некоторые проблемы правового регулирования розничной продажи товаров, осуществляемой дистанционно, в том числе в сфере защиты прав потребителей; автор анализирует судебную практику по рассматриваемым вопросам, а также предлагает пути решения существующих проблем.*

**Ключевые слова:** договор дистанционной купли-продажи, потребитель, продавец, товар, защита прав потребителя.

*Chernov Nikita Albertovich  
1st master student  
Saratov State Law academy  
Russia, Saratov*

## RETAIL PURCHASE AND SALE AGREEMENT IN THE SPHERE OF REMOTE TRADE

***Abstract:** The article deals with some problems of legal regulation of retail sales of goods carried out remotely, including in the field of consumer protection; the author analyzes judicial practice on the issues under consideration, and also suggests ways to solve existing problems.*

**Keywords:** remote purchase and sale agreement, consumer, seller, product, consumer protection

Под куплей-продажей товаров дистанционным способом понимается реализация товаров по договору розничной купли-продажи, содержащихся в каталогах, брошюрах, буклетах или представленных на фотографиях, через сети телекоммуникаций, в том числе информационно-телекоммуникационную сеть Интернет [2, с. 157].

Рост сети Интернет в настоящее время является фактором, определяющим дистанционное развитие экономических отношений в современном мире.

Принимая во внимание роль технического прогресса, который проявляется и в сфере розничной торговли, необходимо отметить отставание нормативного регулирования от современной российской и мировой действительности.

С цифровизацией и Интернетом дистанционная торговля набирает огромную популярность. Это подтверждается статистикой: объем онлайн-торговли увеличился на 21%.

Существуют различия между контрактами на дистанционную торговлю в фактической формулировке. [5, с. 89]

В Стратегии развития торговли это называется дистанционной продажей в ГК (статья 497), Законе РФ от № 2300-1 «О защите прав потребителей» (статья 26.1) и ФЗ № № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» (п. 8) — дистанционный способ реализации товаров, Постановление Правительства РФ № N 612 "Об утверждении Правил реализации товаров дистанционным способом" - реализация товаров дистанционным способом. Закон о торговле относит ее к форме торговли (ч. 2 ст. 8).

Дистанционная торговля – это «любая форма розничной продажи товаров народного потребления, при которой покупатель не забирает купленный товар у продавца, а доставляет товар к себе домой или на работу».

Дистанционная торговля – это сфера торговой деятельности с использованием дистанционных методов продаж:

- 1) интернет-магазин,
- 2) почтовые каталоги,
- 3) телемаркетинг,
- 4) торговые автоматы и так далее.

Одной из основных особенностей этого вида продажи является отсутствие личного контакта, то есть покупатель не может увидеть товар, пока не получит его [3, с. 90].

Это подтверждается статистикой: по итогам прошлого года объем российского рынка онлайн-торговли увеличился на 21% и достиг 920 млрд руб.

В связи с этим ученые-правоведы выделяют ряд проблем купли-продажи:

- проблема идентификации пользователя, связанная со спецификой заключения договора в электронной форме. Форма договора дистанционной купли-продажи не совсем ясна, хотя ГК РФ дает право на совершение сделок в устной форме, если нет требования закона или соглашения сторон об ином. Проблема, возникшая в связи с внесением изменений в Федеральный закон, связана с электронной подписью.

Защита персональных данных в России осуществляется только на территории Российской Федерации, что, несомненно, влечет за собой ряд сложностей при дистанционной покупке-продаже в зарубежных интернет-магазинах.

- вопрос о подведомственности в контексте обсуждения возможности применения национального законодательства или его отдельных положений к отношениям, связанным с дистанционной торговлей из-за рубежа;

- проблема информационных посредников в виде допустимой степени ответственности владельцев торговых площадок за размещаемую на сайте информацию.

- международное регулирование, так как международные организации регулируют частные вопросы в своей деятельности, а не электронную коммерцию.

- в дистанционной продаже товара участвуют изготовитель, изготовитель товара, дистрибьютор или иное лицо, реализующее его, а также потребитель. В связи с тем, что данный предмет законодательно не закреплён, не определён его правовой статус, на практике возникают различные проблемы [6, с. 102].

- наше законодательство содержит положения только о дистанционной торговле и не регулирует порядок и условия оказания услуг дистанционным способом.

При этом с телеэкранов постоянно звучит призыв воспользоваться услугами прокатки музыки и другой информации от операторов связи, которая пользуется большим спросом.

- самое уязвимое место в удаленных продажах - не столько сам товар, сколько недостаточность информации. 80% оборота дистанционной торговли приходится на анонимных продавцов [4, с. 88].

Обширная судебная практика по защите прав на товары подтверждает наличие значительного количества правовых споров, вытекающих из договоров купли-продажи дистанционно, так как самостоятельно решить споры с продавцом товара невозможно, что вынуждает потребителя идти на в суд для защиты своих прав.

Одним из наиболее частых поводов для обращения в суд является вопрос о возможности применения перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, а также габаритов, фасонов, расцветок или конфигурации [1].

Специалисты предлагают следующие пути решения вышеперечисленных проблем:

- систематизация законодательства в сфере купли-продажи - необходимо разработать единые правила.

- законодательное определение субъектного состава рассматриваемых отношений, поскольку оно не попадает в круг участников потребительских отношений.

- законодательное закрепление сайта (принадлежность к продавцу, информация и т.п.).

- введение ответственности посредников за недостоверную информацию [7, с. 31].

По словам Я. Тима, дистанционная торговля – это «любая форма розничной реализации продукции для конечного потребления, при которой покупатель не забирает купленный товар у продавца, а товар доставляется к нему домой или на место работы».

Например, В. В. Архипов, Е. В. Килинкарлова, Н. В. Мелашенко в своей статье выделяют такие проблемы, как: - проблема идентификации пользователя, связанная с особенностями заключения договора в электронной форме. Об этой проблеме в своей статье пишет и К. В. Филимонов. Форма дистанционного

договора купли-продажи не совсем ясна, хотя ГК РФ предоставляет право совершать сделки в устной форме, если нет законодательного указания или соглашения сторон об обратном.

Защита персональных данных граждан Российской Федерации обеспечивается только на территории Российской Федерации, что, несомненно, влечет за собой ряд сложностей при дистанционной купле-продаже в зарубежных интернет-магазинах.

- проблема подведомственности в контексте обсуждения возможности применения национального законодательства о защите прав потребителей или его отдельных положений к отношениям, связанным с дистанционной торговлей из-за рубежа;

- проблема информационных посредников в виде вопроса о допустимой степени ответственности владельцев сайтов - операторов торговых площадок за информацию, размещенную на их сайтах.

- проблематичность международно-правового регулирования электронной коммерции, поскольку международные организации регулируют в своей деятельности отдельные частные вопросы, а не электронную коммерцию в целом.

Орешкина О. В. выделяет такие проблемы, как:

- в отношениях по дистанционной реализации товаров участвуют изготовитель, изготовитель товара, дистрибьютор или иное реализующее его лицо, а также потребитель.

В связи с тем, что данный предмет законодательно не закреплен, его правовой статус не определен, на практике возникают разного рода проблемы.

Так, по данным Роспотребнадзора, при реализации парфюмерно-косметической продукции компаний AVON, Mary Kay, ORIFLAME продавцы являлись физическими лицами, не зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей, вследствие чего в случае предъявления претензий к качеству товара потребитель не имел возможности реализовать свои права, предусмотренные законодательством о защите прав потребителей.

- российское законодательство содержит норму только в отношении дистанционную торговлю товарами, и никоим образом не регулирует порядок и условия оказания услуг дистанционно.

При этом специалисты предлагают следующие пути решения этих проблем:

- необходимо систематизировать законодательство в сфере дистанционной купли-продажи - необходимо разработать единые правила для всех участников этого процесса.

- необходимо законодательно закрепить коммерческую площадку (ее юридическое оформление, закрепление за продавцом, сведения об информационном посреднике и т.п.).

Таким образом, в условиях бурного развития общества дистанционная купля-продажа набирает популярность. Однако в то же время существует ряд проблем, требующих внесения изменений и дополнений в действующее законодательство в этой сфере.

### **Список литературы:**

1. Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 № 55 «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации» // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс».

2. Варткинаян О.С. Правовые проблемы заключения и исполнения договоров дистанционной купли-продажи // Молодой ученый. 2019. № 12 (250). С. 157-159.

3. Гладков Е.Е. Защита прав потребителей по договору розничной купли продажи при дистанционном способе // Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2016. № 4. С. 13-15.

4. Жердев В.Н., Баранович Д.А., Постолов В.Д. Организация дистанционного мониторинга лесов // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. 2012. № 2. С. 292-294.

5. Красковский Я.Э., Ермошина В.Д. Незаконная розничная продажа алкогольной и спиртосодержащей пищевой продукции: статья 171.4 Уголовного Кодекса Российской Федерации и проблемы ее применения // Наука. Общество. Государство. 2018. № 1. С. 67-72.

6. Монахов В.А. Право потребителей как социально-экономическая и юридическая категория // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2011. № 3. С. 154-160.

7. Шевырёв Д.Н., Тюкалова Н.М. Юридические аспекты Интернет-торговли лекарственными средствами // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2015. № 3. С. 49-53.