

ПРОБЛЕМЫ ПРИ ЗАКЛЮЧЕНИИ ДОГОВОРА ДИСТАНЦИОННОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ

Ручушкина Екатерина Денисовна

магистрант, Южно-уральский государственный университет, РФ, г. Челябинск

Аннотация. В статье на примере оферты рассмотрена проблема несовершенства законодательства о дистанционной купле-продаже.

Ключевые слова: Интернет-торговля, дистанционная купля-продажа, оферта, законодательство.

Во время цифровых технологий продавцы также как и потребители переходят в сеть «Интернет» и предлагают приобрести свою продукцию дистанционным способом через маркетплейсы, такие как «Сбермегамаркет», «Яндекс.Маркет», «Wildberries», «Ozon», «Aliexpress» и др.

В соответствии с п. 12 Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 (далее – Правила продажи), при дистанционном способе продажи товара продавец обязан заключить договор розничной купли-продажи с любым лицом, выразившим намерение приобрести товар на условиях оферты. Оферта должна быть в свободном доступе для потребителей. Оферта – это предложение совершить сделку, содержащее все её существенные условия (ст. 435 Гражданского кодекса РФ). Оферта имеет большую роль как для продавца, так и покупателя. Прежде всего, она защищает продавца от неправомерных претензий покупателя. При этом офертой можно ограничить права покупателей, но только те, которые не установлены на законодательном уровне. Чаще всего у потребителя отсутствует доверие в оферте, поскольку законодательное регулирование в данной сфере предоставляет относительно низкий уровень защиты прав потребителей. Наиболее уязвимым местом при дистанционных продажах является не столько товар как таковой, а недостаточная, недостоверная или ложная информация о продавце товара, потребительских свойствах и качестве товара, указанных в оферте. При этом следует исходить из того, что 80 % реального товарооборота при дистанционной торговле приходится на анонимных продавцов.

Подтверждением того, что договор заключен, является выдача кассового или товарного чека, но если офертой предусматривается оплата в момент получения товара, сделка считается заключенной в день оформления заказа, т.е. когда продавец получил сообщение от потребителя о намерении заключить с ним договор купли-продажи. Как утверждает Л. Ю. Киселева: «при этом не ясно, когда таким моментом считается выдача чека, а когда – отправка сообщения» [1]. При этом в случае предоплаты покупатель оказывается в проигрышной ситуации, так как в результате он может не получить товар. Данный вопрос усугубляется еще и тем, что законодательно не урегулирован вопрос уведомления о принятии акцепта.

Пунктом 21 Правил продаж предусмотрено размещение на сайте сведений о предъявлении претензий. Продавец знакомит посетителей интернет-площадки с порядком обращения, предлагает формы документов, указывает сроки их рассмотрения, но если данная информация не предоставлена продавцом, то потребитель вправе направить претензию в любой форме и любым способом. Так, Хорошевский районный суд г. Москвы, решил удовлетворить требования истца к ответчику в силу того, что курьером не было предоставлено в письменном виде какой-либо информации о порядке и сроках возврата товара [2].

В юридической литературе высказана точка зрения о том, что нормативные акты Российской Федерации не расценивают дистанционную торговлю как отдельный вид договора розничной купли-продажи, а признают ее лишь в качестве особого способа продажи товаров, обладающего некоторыми особенностями [3]. Из чего следует, что на данный вид торговли должно распространяться в целом гражданское законодательство о купле-продаже. На наш взгляд, договор дистанционной купли-продажи обладает большой спецификой, в связи с чем на законодательном уровне ему должно быть посвящено больше специальных норм, так как Правила продажи не решают всех возникающих на практике проблем, что видно даже на рассмотренной выше проблеме об неурегулированности вопросов, связанных с офертой по договору дистанционной купли-продажи.

Список литературы:

1. Киселева Л. Ю. Интернет-торговля и особенности ее правового регулирования // Научные записки молодых исследователей. 2021. Т. 9. № 23. С. 22-32.
2. Решение Хорошевского районного суда г. Москвы от 21.08.2018 по делу № 11-175/2018// Судебные и нормативные акты РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://sudact.ru/>
3. Соловьев К. В., Чекмарев Г.Ф. Дистанционная торговля как объект правового регулирования // Вестник Международного института экономики и права. 2016. № 3 (24). С. 119-126.