Правовая характеристика договора дистанционной розничной купли-продажи

Шодрынгэ Таисия Сергеевна
Тульский государственный педагогический университет
им. Л.Н. Толстого
Факультет истории и права,
IV курс, очная форма обучения

Аннотация

В статье раскрывается специфика одной из разновидности договора розничной купли-продажи — договора дистанционной розничной купли-продажи. Выявлены особенности правового регулирования отношений, возникающих при продаже товаров дистанционным способом, заключения, содержания и использования соответствующего вида договора.

Ключевые слова: договор, договор розничной купли-продажи, договор дистанционной купли-продажи, продажа товаров, продажа товаров дистанционным способом, потребитель.

В настоящее время среди потребителей особую актуальность приобретает продажа товаров дистанционным способом. Это обусловлено, во-первых, простотой и быстротой получения любого товара или услуг, несмотря на географическое местоположение обеих сторон договора. Во-вторых, распространение дистанционного способа заключения договора детерминировано широким спектром предлагаемых товаров. Заключение этого договора удобно и выгодно как для организаций, так и для индивидуальных предпринимателей. Продавцы имеют возможность предложить покупателям более выгодные цены по сравнению с обычными магазинами, это достигается за счёт экономии на торговых площадях. А у потребителей больше возможностей выбора, сопоставления товаров, есть возможность ознакомиться с отзывами о товаре.

Вследствие этого, при осуществлении покупки необходимо знать условия и особенности заключения и содержания, отличающие торговлю дистанционным способом от продажи товаров в магазинах.

Основные положения дистанционной торговли регулируются Гражданским Кодексом Российской Федерации (далее-ГК РФ) [1], ст. 26.1 Закона РФ "О защите прав потребителей" [2] и Правилами продажи товаров дистанционным способом [3].

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». Критерием для разграничения дистанционного договора розничной купли-продажи от реализации товаров по образцам служит способ получения информации о товаре покупателем. Если при реализации товаров по образцам покупатель может воочию ознакомиться с товаром, который приобретает, проверить его потребительские свойства, то в случае с дистанционным договором покупатель такой возможности не имеет, он лишь получает информацию о товаре тем или иным способом — устно, письменно либо в электронной форме.

Содержание этого права в договоре дистанционной розничной купли-продажи специфично по сравнению с другими видами договорами розничной купли-продажи. Подобная специфика, как

уже отмечено выше, связана в первую очередь с предоставлением информации о товаре и состоит в том, что данная информация предоставляется покупателю при заключении договора в рамках процедуры «оферта-акцепт» (глава 28 ГК РФ). Так, потребителю продавцом должна быть предоставлена информация 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. Кроме того, продавец должен сообщить покупателю информацию 1) о необходимости использования квалифицированных специалистов по подключению, наладке и пуску в эксплуатацию технически сложных товаров, которые по техническим требованиям не могут быть пущены в эксплуатацию без участия соответствующих специалистов (п. 3 Правил продажи товаров дистанционным способом); 2) о том, что товар был в употреблении или в нем устранялся недостаток (п. 10 указанных Правил); 3) о сроке, в течение которого действует предложение о продаже товара дистанционным способом (п. 13 этих же Правил) и др. С ростом возможностей для потребительского выбора возросло и значение информации, получаемой потребителем. Расширились возможности для недобросовестных продавцов извлекать дополнительные прибыли, нарушая право потребителя на информацию. Наличие у потребителя данного права означает одновременно обязанность соответствующих лиц предоставить требуемую информацию.

В ходе исследования установлено, что действующее законодательство содержит неполный перечень информации, которую продавец должен предоставить потребителю до заключения дистанционного договора.

В этой связи необходимо дополнить существующий перечень информации, которую продавец по дистанционному договору обязан предоставлять потребителю, и включить в него сведения о продавце (его основной государственный регистрационный номер, почтовый и фактический адрес продавца; указать лицо, ответственное вести переговоры с потребителем, и способ связи с ним); порядок и условия хранения продавцом текста договора; об оказании дополнительных услуг при продаже и их стоимости.

Согласно п. 14 Правил продажи товаров дистанционным способом в случае, если покупатель передает продавцу сообщение о своём намерении приобрести товар, в сообщении должны быть обязательно указаны: а) полное фирменное наименование (наименование) и адрес (место нахождения) продавца, фамилия, имя, отчество покупателя или указанного им лица (получателя), адрес, по которому следует доставить товар; б) наименование товара, артикул, марка, разновидность, количество предметов, входящих в комплект приобретаемого товара, цена товара; в) вид услуги (при предоставлении), время ее исполнения и стоимость; г) обязательства покупателя. С таким сообщением Правила продажи товаров дистанционным способом связывают важное правовое последствие: обязательства продавца по передаче товара и иные обязательства, связанные с передачей товара, возникают с момента получения продавцом соответствующего сообщения покупателя о намерении заключить договор (п. 18 Правил).
Следствием указанной выше специфики договора дистанционной розничной купли-продажи является то, что отношения, складывающиеся между продавцами и покупателями в процессе заключения, исполнения и прекращения договора, носят сложный характер.

Они включают не только собственно отношения по продаже, но и, в частности, отношения по доставке товаров. Так, согласно п. 3 Правил продажи товаров дистанционным способом, при продаже товаров дистанционным способом продавец обязан предложить покупателю услуги по доставке товаров путём их пересылки почтовыми отправлениями или перевозки с указанием

используемого способа доставки и вида транспорта. Вместе с тем, как следует из ст. 16 Закона о Защите прав потребителей и п.7 Правил продажи дистанционным способом, продавец не вправе без согласия покупателя выполнять дополнительные работы (оказывать услуги) за плату. Покупатель вправе отказаться от оплаты таких работ (услуг), а если они оплачены, то покупатель вправе потребовать от продавца возврата уплаченной суммы.

При продаже товаров дистанционным способом информация представляется в письменной и любой иной форме, но без предоставления покупателю возможности непосредственно ознакомиться с товаром (его образцом).

Таким образом, при заключении договоров розничной купли-продажи дистанционным способом требования к оферте (предложению заключить договор) определяются как общими положениями ГК РФ об оферте, так и специальным требованиям к ней, касающимися реализации права покупателя на информацию, установленными в законодательстве о защите прав потребителей. Причём оферта может быть согласно ст. 437 ГК РФ и п.12 Правил продажи товаров дистанционным способом как обычной, так и публичной. Законодательство о дистанционным способом устанавливает специальные информационные требования не только к оферте, но и к акцепту, а также к оформлению договора.

Исследование договора дистанционной розничной купли-продажи также позволило сделать вывод, что обязательными существенными условиями договора дистанционной купли-продажи должны являться: предмет договора, количество и цена товара. Договор дистанционной розничной купли-продажи по правовой природе консенсуальный, а не реальный. Такой договор считается заключённым с момента получения продавцом акцепта, а не с момента передачи товара или его оплаты. В противном случае стороны не смогут предъявлять требования, связанные с непередачей товара или его неоплатой.

Поскольку значительная часть потребителей заключает дистанционные договоры посредством сайтов в информационно-коммуникационной сети «Интернет», предоставляющих потребителям информацию о существовании интернет-магазинов и ценах на конкретные товары, которые в таких магазинах можно приобрести, включение в закон об основах государственного регулирования торговой деятельности требований к организации системы поиска и выбора товаров на таких сайтах по аналогии с требованиями к проведению ярмарок, позволит обеспечить беспрепятственное участие потребителей в дистанционных договорах и гарантировать предоставление им достоверной информации.

Помимо этого, следует закрепить условие о равном доступе участников к подобным системам, а также об обязанности организатора системы поиска и выбора товаров проверять достоверность размещённой на сайте дистанционного продавца информации, и её соответствия требованиям о предоставления информации при продаже товаров дистанционным способом.

Таким образом, повышение доверия покупателей к дистанционной торговле возможно только при условии более детальной разработки необходимого правового обеспечения участия потребителей в дистанционных договорах.

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 28.03.2017)// Собрание законодательства РФ, 29.01.1996, N 5, ст. 410.
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 03.07.2016) «О защите прав потребителей» // Ведомости СНД и ВС РФ, 09.04.1992, N 15, ст. 766.
3. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 N 612 (ред. от 04.10.2012) Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом // Российская газета, N 219, 03.10.2007.