

Секция «Юриспруденция»

УДК 34

ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РФ

А.А. Королев, Арзамасский филиал Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского (Арзамас, Россия).

Аннотация. Данная статья посвящена вопросам правового регулирования электронной коммерции в РФ. Автором статьи были выявлены и проанализированы основные технические и правовые аспекты осуществления дистанционных продаж. На основе проведенного исследования автором предлагается провести более детальный анализ существующих коллизий в области правового регулирования электронной коммерции как одного из наиболее популярных на сегодняшний день видов экономической деятельности и выработать международную конвенцию, которая установила бы зоны национальной юрисдикции в сфере дистанционных продаж.

Ключевые слова: электронная коммерция, дистанционные продажи, Гражданский Кодекс РФ, Закон РФ «О защите прав потребителей», Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом», международная конвенция, национальная юрисдикция.

LEGAL PROBLEMS OF E-COMMERCE IN RUSSIA

Abstract. The article is devoted to legal regulation of electronic Commerce in Russia. The author of the article identifies and analyzes the main technical and legal aspects of remote sales. On the basis of the research the author proposes to conduct a more detailed analysis of the existing conflicts in the field of legal regulation of e-Commerce as one of the most popular types of economic activity and to develop an international Convention that would have established areas for national jurisdiction in the field of remote sales.

Keywords: Electronic commerce, remote sales, the Civil Code of the Russian Federation, the RF Law "On protection of consumer rights", Decree of the RF Government "On approval of Rules of sale of goods remotely", international Convention, national jurisdiction.

Электронная коммерция в российском законодательстве именуется как дистанционная торговля. Дистанционная торговля – это форма розничной продажи товаров, характеризующаяся наличием расстояния между продавцом и покупателем. [7]

Основную роль в правовом регулировании дистанционных продаж играют Гражданский Кодекс РФ, Закон РФ «О защите прав потребителей» и Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом».

В части 2 статьи 497 Гражданского Кодекса РФ говорится, что договор розничной купли-продажи может заключаться 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. Это и понимается законодателем как дистанционный способ продажи товаров. [1, ст. 497]

Законодательством определен ряд ограничений для дистанционных продаж. Так в Российской Федерации запрещено продавать алкогольную продукцию, а также товары, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации. [5]

При продаже дистанционным способом для продавца на практике часто возникают сложности. Так как он с помощью технического средства, посредством которого собирается ознакомить со своей продукцией, обязан предоставить потребителю информацию 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. [3, ст. 26.1] Однако, на практике это не всегда возможно сделать. Если по информации о доставке, сроке службы, годности, цене вопросов нет, то с представлением основных потребительских свойств есть. Так, например, при продаже дистанционным способом духов, чьими основными потребительскими свойствами является запах, передать который посредством Интернета, телевидения или мобильной связи невозможно. А передача запаха посредством описания его в тексте не является достоверным способом доведения до покупателя информации, так как он может быть воспринят по-разному.

Отдельного внимания заслуживает пункт 3 части 4 статьи 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей», который гласит, что потребитель не вправе отказаться от товара надлежащего качества, имеющего индивидуально-определенные свойства, если указанный товар может быть использован исключительно приобретающим его потребителем. [3, ст. 26.1]

Примером этому может служить специально изготовленная и окрашенная в цвет комнаты тумбочка или футболка с вышитой фамилией покупателя. Однако, почти любая вещь не имеет таких индивидуально-определенных свойств, которые исключают возможность использовать его другими лицами, кроме как покупателем. Таким образом, данная норма не совсем эффективна в ее действующей редакции. Продавцу невозможно уклониться от возврата товара по этой норме, хотя по факту он остается в проигрышном положении, так как продать этот товар другому лицу будет крайне сложно. На наш взгляд, эту норму можно реанимировать путем указания в ней конкретных индивидуально-определенных свойств, с наличием которых в товаре, потребитель будет не вправе отказываться от товара.

Договор купли-продажи, осуществленный дистанционным способом, считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар [1, ст. 497]. Частый случай на практике, когда товар, продаваемый дистанционным способом, уже был в употреблении. Так если приобретаемый покупателем товар был в употреблении или в нем устранялся недостаток, покупателю должна быть предоставлена информация об этом.

Торговлю дистанционным способом помимо юридических лиц, также свободно могут осуществлять и индивидуальные предприниматели.

Для осуществления дистанционных продаж через интернет-магазин или через телевидение, телефон необходимо зарегистрировать вид деятельности ОКВЭД - 47.91 «Торговля розничная по почте или по информационно-коммуникационной сети Интернет».

Этот вид деятельности является универсальным для дистанционных продаж и регистрации дополнительных видов деятельности не требует. Исключение составляют лишь те виды деятельности, на которые требуется дополнительная регистрация.

Особенностью дистанционных продаж является то, что индивидуальный предприниматель не может ее осуществлять, платя Единый налог на вмененный доход, так как данный вид деятельности не подходит под данную систему налогообложения. Таким образом, осуществлять дистанционные продажи можно, уплачивая налоги либо на основной системе налогообложения либо на упрощенной системе налогообложения при соблюдении условий необходимых для перехода на нее.

Доставка товаров при дистанционных продажах в основном осуществляется через курьеров. При наличных денежных расчетах организациям и индивидуальным предпринимателям, осуществляющим продажу товаров дистанционным способом, в том числе и с доставкой их курьерами покупателям на дом, необходимо применять контрольно-кассовую технику [4, ст.2]. Основным документом, выдаваемым при доставке товара, является контрольно-кассовый чек, на котором должно быть указано название продавца, его ИНН, время и дата пробития чека, сумма в рублях с копейками. Продажа товаров без применения контрольно-кассового чека влечет штраф в соответствии со статьей 14.5 КоАП РФ:

- для граждан – в размере от 1500 до 2000 руб.;
- для должностных лиц – от 3000 до 4000 руб.;
- для юридических лиц – от 30 000 до 40 000 руб. [2, ст. 14.5].

Причем чек должен пробиваться в момент оплаты покупателем товара. Если чек пробивается заранее, например, при получении курьером товара на складе, то нарушается синхронность времени получения денег и времени, указанном в чеке. Основным выходом из этой ситуации для предпринимателей является снабжение курьеров переносной контрольно-кассовой техникой. Это позволит и соблюсти все формальности закона и упростит процедуры возврата товара. Однако это несет ряд ограничений. Во-первых, материальные, так как это дополнительные расходы на приобретения такой техники. Во-вторых, при выдаче курьеру переносной контрольно-кассовой техники с ним нужно будет заключить договор о полной материальной ответственности, а это означает, что принимать на такую работу курьеров моложе восемнадцатилетнего возраста будет запрещено.

Существенной проблемой российского законодательства в области правового регулирования электронной коммерции является отсутствие единого закона «Об электронной торговле».

Главные минусы отсутствия единого закона заключается в следующем:

- 1) Существующие законы не могут адекватно регламентировать данную сферу;
- 2) На данный момент существует большой законодательный пакет, который прямо или косвенно регламентирует и влияет на данную сферу, который загружает и вводит путаницу, не ставя окончательную точку в регламентации сферы электронной коммерции;
- 3) Неравноправное положение участников онлайн-рынка и оффлайн-рынка в связи с тем, что последняя сфера имеет регламентацию, а к первой применяются законы регулирования, которые используются к последней, которые не возможно в полной мере адекватно использоваться для онлайн торговли.

Большое количество договоров о дистанционных продажах заключаются в РФ гражданами РФ с иностранными компаниями. При таких обстоятельствах к данным договорам могут применяться права иного государства, в котором могут отсутствовать законодатель-

ные гарантии, которые предоставляет потребителю его "родное" право. Электронную коммерцию сложно регулировать даже в рамках одного правового поля, это связано с тем, что интернет, имеет трансграничный характер и это приводит к выводу о целесообразности регулирования вопросов юрисдикции на международном уровне. В частности, предлагается заключение международного договора, которое определяло бы применимую юрисдикцию к деятельности, связанной с использованием Интернета, фиксировало бы соответствующие коллизионные нормы для определения применимого права или даже содержало бы унифицированные правила по отдельным вопросам [6].

Кроме того, представлены и более радикальные позиции о необходимости разработки и принятии международной конвенции, которая установила бы зоны национальной юрисдикции в Интернете по аналогии с Арктикой, космическим пространством, Луной, другими небесными телами.

В настоящее время электронная коммерция является одним из наиболее быстро набирающих популярность видов экономической деятельности, требующая наиболее детального правового регулирования.

Литература:

1. "Гражданский кодекс Российской Федерации" от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 31.01.2016)// Справочно-правовая система «Консультант-Плюс».
2. "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 №195-ФЗ (ред. от 09.03.2016)) // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс».
3. Закон РФ от 07.02.1992 №2300-1 (ред. от 13.07.2015) "О защите прав потребителей"// Справочно-правовая система «Консультант-Плюс».
4. Федеральный закон от 22.05.2003 №54-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт" // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс».
5. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 №612 (ред. от 04.10.2012) "Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом"// Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
6. Козинец Н.В. Проблемы международного сотрудничества в сфере регулирования трансграничной электронной торговли в контексте деятельности международных организаций // Актуальные проблемы российского права. 2016. №4. С. 194 - 202.
7. Кофейников Д.В. Понятие и существенные характеристики электронной торговли в России и за рубежом // Современное право. 2015. №12. С. 138 - 142.

References:

1. "Grazhdanskij kodeks Rossijskoj Federacii" ot 30.11.1994 №51-FZ (red. ot 31.01.2016)// Spravochno-pravovaja sistema «Konsul'tant-Pljus».
2. "Kodeks Rossijskoj Federacii ob administrativnyh pravonarushenijah" ot 30.12.2001 №195-FZ (red. ot 09.03.2016)) // Spravochno-pravovaja sistema «Konsul'tant-Pljus».

3. Закон РФ от 07.02.1992 №2300-1 (ред. от 13.07.2015) "О защите прав потребителей" // *Справочно-правовая система «Консультант-Плюс»*.

4. Федеральный закон от 22.05.2003 №54-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт" // *Справочно-правовая система «Консультант-Плюс»*.

5. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 №612 (ред. от 04.10.2012) "Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом" // *Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс»*.

6. Козинец Н.В. Проблемы международного сотрудничества в сфере регулирования трансграничной электронной торговли в контексте деятельности международных организаций // *Актуальные проблемы российского права*. 2016. №4. С. 194 - 202.

7. Кожеников Д.В. Понятие и существенные характеристики электронной торговли в России и за рубежом // *Современное право*. 2015. №12. С. 138 - 142.

— ● —

Сведения об авторе

Алексей Александрович **Королев**, студент 3 курса факультета экономики и права, Арзамасский филиал Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского (Арзамас, Россия).

— ● —