

# ПС

АКАДЕМИЯ

СОВРЕМЕННЫХ

ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫХ

ТЕХНОЛОГИЙ

- ПС** Почтовая связь
- ПС.2.** Развитие дистанционной торговли в Российской Федерации  
(количество частей – 3)
- ПС.2.03** Правовые вопросы  
(количество частей – 3, число страниц - 8)

# ПС.2

На сегодняшний день основным нормативным правовым актом, регулирующим отношения при дистанционной торговле, являются «Правила продажи товаров дистанционным способом», утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612. Согласно этим Правилам: «дистанционная торговля - это продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложением продавцом описанием товара». Определения дистанционной торговли, включающей в себя такие сектора, как продажа по каталогам, продажа по телевидению, электронная торговля, мобильная торговля, в настоящий момент нет. Но с точки зрения права, эти виды торговли относятся к дистанционному способу продажи товаров, который определен и сформулирован в статье 26.1 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», т.е. способ продажи товаров, исключающий возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром.

Ранее регулирующим актом в дистанционной торговле считались Правила продажи товаров по образцам», утвержденные постановлением Правительства РФ от 31.07.1997 № 918. По определению продаже товаров по образцам можно отнести к дистанционной торговле, но в данном документе не учитывается удаленный характер торговли.

В секторе В2С можно выделить большое количество нормативно-правовых актов, которые регулируют этот вид деятельности. К ним относятся следующие нормативные правовые акты:

- Гражданский кодекс (глава 30 «Купля-продажа»), статья 497 - «Продажа товара по образцам и дистанционный способ продажи товара»). Обязательства, возникающие у продавца по отношению к покупателю, регламентируются договором розничной купли-продажи дистанционным способом, который имеет ряд отличий от обычного договора розничной купли-продажи.

- Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 (статья 23.1). Определяется мера оперативного воздействия и гражданско-правовой ответственности за нарушение установленных договором купли-продажи сроков передачи предварительно оплаченного потребителем товара (продавец уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку в размере полпроцента суммы предварительной оплаты товара).

- Федеральный закон от 17.07.1999 № 176-ФЗ «О почтовой связи». Регулирует отношения между пользователями услугами почтовой связи и организациями

почтовой связи, в том числе - по приему почтовых отправлений и их доставке. Определен размер компенсации в случае утраты или порчи почтового отправления или его вложения, устанавливаются процессуальные сроки по рассмотрению претензий со стороны продавца.

• «Правила оказания услуг почтовой связи» (утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 15.04.2005 № 221). Установлены требования к почтовым отправлениям и их вложениям.

• «Правила продажи отдельных видов товаров» (утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 19.01.1998 № 55). Установлен перечень товаров длительного пользования, на которые не распространяются требования покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного оборудования, а также перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации.

В зависимости от ассортимента продаваемых товаров, компаниям следует учитывать требования федеральных законов:

- от 26.03.1998 № 41-ФЗ «О продаже драгоценных металлов и ювелирных изделий»;
- от 22.06.1998 № 86-ФЗ «О лекарственных средствах»;
- от 08.08.2001 № 128-ФЗ «О лицензировании деятельности»;
- от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»;
- от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;
- от 11.11.2003 № 138-ФЗ «О лотереях».
- от 27.07.2006 № 152-ФЗ Федеральным законом «О персональных данных».

Основными признаками, по которым определяется дистанционная торговля, являются:

- осуществление продажи товаров вне стационарных мест торговли;
- наличие оферты в любом виде, доступном потребителю (каталог, другие бумажные носители, информация на сайте, на CD);
- доставка товаров покупателю.

Продавец направляет оферту с использованием телевидения, почтовых каналов ссылки бумажных носителей информации, СМИ или Интернета. Покупатель в случае принятия условий оферты, направляет акцепт (ответ лица, которому адресована оферта, о ее принятии) в адрес продавца. В соответствии с поступившим откликом продавец комплектует заказ и направляет покупателю выбранные им товары. Продавец в момент доставки товара обязан довести до сведения покупателя в письменной форме следующую информацию на русском языке (в том числе - для импортных товаров):

- а) наименование технического регламента или иное обозначение, установленное законодательством Российской Федерации о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара, если такие обязательные требования установлены;
- б) сведения об основных потребительских свойствах товара, а в отношении продуктов питания - сведения о составе, пищевой ценности, назначении, об условиях применения и хранения продуктов питания, а также сведения о противопоказаниях для их применения при отдельных заболеваниях;
- в) цену в рублях и условия приобретения товара;
- г) сведения о гарантийном сроке, если он установлен;
- д) правила и условия эффективного и безопасного использования товара;
- е) сведения о сроке службы или сроке годности товара;
- ж) адрес (место нахождения), полное фирменное наименование продавца;
- з) сведения о правилах продажи товаров;

В некоторых случаях покупатель, уже получив заказанный товар, по различным причинам хочет отказаться от товара (ситуация охлаждения к покупке или «cooling to purchase»). Статьей 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителя» и «Правилами продажи товаров дистанционным способом» покупателю предоставляется возможность отказаться от разонравившегося товара. Сроки, в течение которых покупатель может отказаться от товара, различны:

- покупатель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи;

- после передачи покупателю товара он вправе отказаться от товара в течение 7 дней;
- при не предоставлении информации об условиях возврата в письменной форме в момент доставки товара покупатель вправе отказаться от товара в течение трех месяцев с момента передачи ему товара.

Продавец обязан довести до покупателя информацию о порядке и сроках возврата товара потребителем, которая должна содержать:

- а) адрес (место нахождения) продавца, по которому осуществляется возврат товара;
- б) режим работы продавца;
- в) максимальный срок, в течение которого товар может быть возвращен продавцу;
- г) предупреждение о необходимости сохранения товарного вида, потребительских свойств товара надлежащего качества до возврата его продавцу, а также документов, подтверждающих заключение договора;
- д) срок и порядок возврата суммы, уплаченной покупателем за товар.

Покупатель вправе вернуть товар, если сохранены его товарный вид потребительские свойства, а также документ, подтверждающий факт и условия покупки указанного товара. Отсутствие у покупателя указанного документа не лишает его возможности вернуть товар ненадлежащего качества продавцу, ссылаясь на другие доказательства приобретения товара. Такими доказательствами могут послужить свидетельские показания, наличие на упаковке товара фирменной маркировки продавца, гарантийный талон с датой и серийным номером.

Существуют определенные ограничения по товару надлежащего качества который покупатель не может вернуть продавцу. К таким товарам относятся те которые имеют индивидуально-определенные свойства и могут быть использованы исключительно приобретающим его потребителем. Индивидуально определенные свойства - это свойства, которые созданы под индивидуальный заказ потребителя и не могут быть воспроизведены в массовом порядке, или на котором указаны данные будущего владельца-потребителя. Например, предметы с нанесением имени заказчика, изготовление обуви (одежды, головных уборов) по индивидуальным меркам, изготовление предметов для дома по размерам жилища (шторы, жалюзи, двери).

Одновременно Правительством Российской Федерации определен перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар (постановление Правительства Российской Федерации от 19.01.1998 № 55). К ним относятся товары для профилактики и лечения заболеваний в домашних условиях, предметы личной гигиены парфюмерно-косметические товары, текстильные и другие отпускаемые на метраж товары, контактирующие с пищевыми продуктами товары, товары бытовой химии, животные, растения, непериодические издания и ряд других товаров.

Следует отметить, что существуют попытки продавцов применить указанный выше перечень для отказа от исполнения требования покупателя о возврате товара, проданного дистанционным способом. При этом необходимо учитывать, что ни в статье 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», ни в «Правилах продажи товаров дистанционным способом» не содержатся ссылки на перечень, ограничивающий круг возвращаемых товаров, кроме упоминания о товарах с индивидуально-определенными свойствами. Применение данного перечня противоречит самому принципу возможности возврата товара по причине охлаждения к покупке. Информация о товарах, представленная, принятыми при дистанционной продаже способами, зачастую не дает возможности полного представления о товаре, отсутствие возможности вернуть такой товар ущемляет права потребителя.

При отказе от покупки покупатель оплачивает расходы по возврату товара продавцу. При желании покупатель может избежать этих трат, оговорив с продавцом возможность самостоятельного возврата покупателем товара непосредственно по местонахождению продавца. Срок возврата продавцом уплаченной покупателем суммы - 10 дней. Неустойки за несоблюдение сроков о возврате уплаченной суммы за товар, возвращаемый по вышеуказанным основаниям, не предусмотрено.

Дистанционным способом можно продавать не все товары. В письме Роспотребнадзора от 12.10.2007 № 0100/10281-07-32 «О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом» отмечается, что в п. 5 Правил введены ограничения, согласно которым не допускается дистанционная продажа алкогольной продукции, а также иных товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации. С учетом данного обстоятельства следует иметь в виду, что ограничения, введенные данным пунктом Правил, распространяются и на продажу табачной продукции, поскольку регулирование

деятельности по их розничной продаже осуществляется федеральным законом «Об ограничении курения табака» от 10.07.2001 №87-ФЗ.

Согласно Федеральному закону «О рекламе» продавец дистанционной торговли особое внимание должен уделить информации о своей фирме. В рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица. Если в предложении о продаже или при доставке товара не указывается фирменное наименование продавца, его адрес, а только указаны контактные телефоны, это служит сигналом для покупателя, что при необходимости вернуть, обменять товар или предъявить рекламацию о недостатках, он не будет знать, куда обратиться и предъявить претензию. Изначальное предоставление полной и открытой информации о местонахождении и наименовании продавца служит косвенным подтверждением его надежности для покупателя.

Несоблюдение требований о предоставлении информации влечет для продавца административную ответственность. Ответственность наступает по части 1 статьи 14.8 КоАП РФ (нарушение права потребителя на получение необходимой и достоверной информации о реализуемом товаре, изготовителе, продавце), по статье 14.7 КоАП РФ (введение в заблуждение относительно потребительских свойств и качества товара), по части 2 статьи 14.8 КоАП РФ (включение в договор розничной купли-продажи условий, ущемляющих права потребителей).

В своей деятельности компании дистанционной торговли используют адресные базы данных постоянных и потенциальных покупателей и работают с их персональными данными, что подпадает под требования Федерального закона «О персональных данных». Для осуществления такой деятельности компаниям дистанционной торговли необходимо зарегистрироваться в качестве оператора по обработке персональных данных. Несоблюдение закона несет за собой ответственность: гражданскую, административную, дисциплинарную, уголовную.

Уполномоченным органом по обеспечению защиты прав граждан при обработке их персональных данных является Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Роскомнадзор ведет Реестр операторов, осуществляющих обработку персональных данных. Для включения в указанный Реестр организации, осуществляющие обработку персональных данных и не подпадающие под предусмотренные ч.2 ст. 22 Федерального закона «О

персональных данных» исключения, обязаны предоставить в Роскомнадзор оформленное уведомление об обработке персональных данных.

Систематизируя и обобщая обращения граждан, государственные инспекторы по надзору могут затребовать у фирмы дистанционной торговли доказательства законности обработки персональных данных. В случае невозможности доказать законность обработки Роскомнадзор вправе требовать уничтожения всей базы данных или привлекать должностных лиц (или юридических лиц) к административной или иной ответственности.