

Савченко Е. Я.

## ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ПРОДАЖЕ ТОВАРОВ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

Savchenko E. Ya.

## CONSUMER RIGHTS WHEN SELLING PRODUCTS OVER THE INTERNET

*Данная статья посвящена основным проблемам реализации прав потребителей при продаже товаров через интернет. Раскрываются основные особенности дистанционной продажи товаров. Уделяется внимание случаям мошенничества в интернете. Также рассматриваются проблемы механизма защиты прав потребителей при приобретении гражданами России товаров ненадлежащего качества с использованием сети Интернет у организаций, расположенных на территории иностранных государств. Поэтому особое место в статье отводится автором вопросу относительно возможности заключения сторонами соглашения о выборе применимого права и последствиям отсутствия такого соглашения.*

**Ключевые слова:** потребитель, продавец, изготовитель, права потребителя, дистанционная продажа, интернет.

*This article is devoted to the main problems of realization of consumer rights when selling goods via the Internet. Features of remote sale of goods are called. Attention is paid to cases of fraud on the Internet. The article also deals with the problems of consumer protection mechanism when Russian citizens purchase goods of inadequate quality using the Internet from organizations located on the territory of foreign countries. Therefore, a special place in the article is given by the author to the question of whether the parties can conclude an agreement on the choice of applicable law and the consequences of the absence of such an agreement.*

**Keywords:** consumer, seller, manufacturer consumer rights, remote sale, Internet.

В настоящее время приобретение товаров через сеть интернет становится в России все более популярным и востребованным. Продажа товаров таким способом является довольно привлекательной для предпринимателей, поскольку здесь не требуется наличие торговых площадей, не нужно приобретать дорогостоящее торговое оборудование, нанимать штат продавцов и т.д. Имеются плюсы таких покупок и для покупателей, поскольку зачастую такие товары по цене ниже, чем в магазинах, есть возможность хорошо обдумать такую покупку, сэкономить время. Вместе с тем здесь возникает ряд проблем, сложностей, например, в отношении рекламы товаров, их продажи, нарушения сроков доставки, а также возврата товаров ненадлежащего качества.

Торговля через интернет в российском законодательных актах звучит как «дистанционный способ продажи товара» и регулируется: Гражданским кодексом Российской Федерации (ст. 497) [1], За-

коном РФ «О защите прав потребителей» № 2300-1 от 07.02.1992 [2], ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 [3], ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» № 381-ФЗ от 28.12.2009 [4], Постановлением Правительства РФ «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» № 612 от 27.09.2007 [5].

Согласно п.2 Правил продажи товаров дистанционным способом «продажа товаров дистанционным способом» – продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фото-снимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или)



радиоканалов, или иными способами, включающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

### **Особенности продажи товаров через сеть интернет**

Договор 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. Обязательства продавца по передаче товара возникают с момента получения продавцом соответствующего сообщения от покупателя о намерении заказать ту или иную продукцию. Продавец обязан передать товар, заказанный потребителем, даже если он еще не оплачен.

При оплате товаров покупателем в безналичной форме или продаже товаров в кредит (за исключением оплаты с использованием банковских пла-тежных карт) продавец обязан подтвердить передачу товара путем составления накладной или акта сдачи-приемки товара.

На странице веб-сайта в обязательном порядке должна быть размещена информация об адресе (месте нахождения) и фирменном наименовании продавца.

После того, как сделан онлайн-заказ на электронную почту, через СМС сообщение или другим способом продавец также должен дать покупателю полную и достоверную информацию о товаре (его основные потребительские свойства, место изготовления, цена, условия его приобретения и доставки, срок службы товара, срок годности, гарантийный срок, порядок его оплаты, срок, в течение которого действует предложение о заключении договора). Если товар приобретается по акции, то продавец обязан четко обозначить условия и цену приобретения такого товара. Он также должен предложить покупателю услуги по доставке товара путем его пересылки почтовым отправлением или перевозки с указанием используемого способа доставки и вида транспорта (п. 3 Правил продажи товаров дистанционным способом). При этом продавец вправе использовать услуги 3-их лиц (о чем должен сообщить покупателю). При этом не допускается навязывание дополнительных товаров и услуг. Так, например, покупателю нередко навязываются программы страхования, по сути дублирующие в себе обязанности, которые продавец или изготовитель

должны выполнять в силу закона (обмен товара, его ремонт и т.д.).

Продавец обязан предложить покупателю услуги по доставке товаров путем их пересылки почтовым отправлением или перевозки с указанием используемого способа доставки и вида транспорта.

От товара, купленного через интернет потребитель вправе отказаться в любое время до его передачи, а после передачи – в течение семи дней (если в отношении приобретенного товара сохранен его товарный вид и потребительские свойства). Если по какой-либо причине покупатель решил вернуть покупку надлежащего качества, то продавец возвращает покупателю полную сумму за товар, за исключением расходов покупателя на доставку. Если же информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена письменно в момент доставки товара, то срок отказа покупателя от товара удлиняется до 3-х месяцев (с момента передачи товара). Однако покупатель не вправе отказаться от товара надлежащего качества, имеющего индивидуально-определенные свойства, если указанный товар может быть использован только им.

Покупатель, которому продан товар ненадлежащего качества, если это не было оговорено продавцом, вправе по своему выбору потребовать:

а) безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление покупателем или третьим лицом;

б) соразмерного уменьшения покупной цены;

в) замены на товар аналогичной марки (модели, артикула) или на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены. В отношении технически сложных и дорогостоящих товаров эти требования покупателя подлежат удовлетворению в случае обнаружения существенных недостатков. (То есть здесь покупатель имеет все те же права, что и при традиционной торговле – ст.18-24 Закона о защите прав потребителей). Вместо предъявления вышеуказанных требований, он вправе отказаться от исполнения договора и потребовать возврата уплаченной за товар суммы. Покупатель вправе также потребовать полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества. Убытки возмещаются в сроки, установленные Законом РФ "О защите прав потребителей", т.е. в течение 10 дней. При отказе продавца передать товар покупатель вправе от-



казаться от исполнения договора и потребовать возмещения причиненных убытков.

В случае если информация о товаре, выложенная на сайте не соответствует доставленной продукции или нарушены условия доставки товара, покупатель вправе отказаться от покупки, при этом продавец обязан вернуть покупателю денежные средства.

Продавец обязан передать товар покупателю в порядке и сроки, установленные в договоре. При нарушении этих сроков покупатель вправе потребовать уплаты ему неустойки (пени) за каждый день просрочки в размере 0,5 % от суммы предоплаты. Если же доставка товара произведена в установленные договором сроки, но покупатель не смог принять товар, последующая доставка производится в новые сроки, согласованные с продавцом, после повторной оплаты покупателем стоимости услуг по доставке товара.

Согласно п. 27 Правил продажи товаров дистанционным способом, в случае если покупателю передается товар с нарушением условий договора, касающихся количества, ассортимента, качества, комплектности, тары и (или) упаковки товара, покупатель может не позднее 20 дней после получения товара известить продавца об этих нарушениях.

Если обнаружены недостатки товара, в отношении которого гарантийные сроки или сроки годности не установлены, покупатель вправе предъявить требования в отношении недостатков товара в разумный срок, но в пределах 2-х лет со дня передачи его покупателю, если более длительные сроки не установлены законом или договором. Покупатель также вправе предъявить требования к продавцу в отношении недостатков товара, если они обнаружены в течение гарантийного срока или срока годности.

Закон РФ «О защите прав потребителей» (в силу принятых по инициативе Роспотребнадзора последних поправок) предусмотрел дополнительную защиту потребителей при покупке товаров (и заказе услуг) через сайты (приложения) владельцев агрегаторов информации о товарах (услугах). К ним относятся такие информационные ресурсы, на которых потребитель имеет возможность получить информацию о товаре (услуге), оформить заказ и оплатить его. И здесь очень важен тот факт, что такие ресурсы несут ответственность за достоверность информации о фактическом продавце (исполнителе). На владельцев агрегаторов возлагается ответственность за убыт-

ки потребителя, возникшие у него из-за недостоверных сведений о товаре либо продавце. Причем, в Законе РФ «О защите прав потребителей» перечислены случаи их освобождения от ответственности. Так, если владелец агрегатора не изменил информацию о товаре (услуге), то требование потребителя о возмещении ему убытков, причиненных продажей товаров (или оказанием услуг) вследствие недостаточно полной или недостоверной информации необходимо предъявлять непосредственно напрямую продавцу (исполнителю услуг).

Также вышеуказанным Законом закреплены случаи, когда владелец агрегатора по требованию потребителя обязан вернуть сумму предоплаты товара (услуги), внесенной потребителем. Это, в частности, ситуации, когда товар не был доставлен в указанный в договоре срок (или не оказана в надлежащий срок услуга) и в связи с этим потребитель направил продавцу (исполнителю) уведомление об отказе от них, а также сообщил об этом владельцу агрегатора. Возврат осуществляется в течение десяти календарных дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования. Причем, потребителю может быть отказано в возврате внесенной им предварительной оплаты, если продавцом будет предоставлено подтверждение того, что товар все же был передан потребителю в надлежащий срок.

Нередко имеет место обман потребителей относительно акций распродаж товаров (так называемые «черные пятницы»). Так, продавец заявляет о больших скидках на отдельные товары, при этом используя недобросовестные методы ведения конкуренции с другими предпринимателями. Например, выясняется, товар неожиданно «подорожал» перед акцией и со скидкой стоит столько же, а то и дороже, чем раньше. В этом случае продавца практически невозможно будет привлечь за это к ответственности, особенно, если он находится за рубежом. Кроме того, слишком низкая цена может свидетельствовать о продаже фальсифицированного или контрафактного товара. Поэтому потребителю следует запросить у продавца сведения о подтверждении соответствия товаров (услуг) обязательным требованиям, обеспечивающим их безопасность для жизни, здоровья покупателя, окружающей среды и предотвращению причинения вреда имуществу покупателя. Иногда большая скидка на товар достигается недобросовестными продавцами за счет дорогой доставки.



Также следует обратить внимание покупателя на тот факт, что встречаются так называемые фишинговые сайты и ресурсы (вид интернет-мошенничества, когда копируется оригинальный ресурс жертвы), главной целью которых является не продажа товаров со скидками, а получение персональных данных покупателей, а нередко и сведений о платежных картах, логинах, и паролях к операциям при дистанционном банковском обслуживании, доступа к электронной почте и т.д.

### **Несколько слов о приобретении товаров российскими гражданами за рубежом**

В последнее время в России широкое распространение получила покупка гражданами товаров с использованием сети Интернет у организаций (фирм), расположенных (зарегистрированных) на территории иностранных государств. В этой связи у них нередко возникали вопросы о механизме защиты их прав потребителей в том случае, если по какой-либо причине приобретенный товар оказался ненадлежащего качества.

Роспотребнадзор и ранее в своих разъяснениях не единожды обращал внимание на тот факт, что в спорной ситуации, связанной с вступлением граждан в правоотношения по приобретению товаров или услуг у лица, находящегося на территории иностранного государства, ее разрешение предполагает постановление Пленума Верховного суда РФ от 09 июля 2019 года № 24 «О применении норм международного частного права судами Российской Федерации» [6]. В частности, Верховный Суд РФ в данном постановлении указывает, что стороны в потребительских отношениях вправе заключить соглашение о выборе применимого права. «Однако в соответствии с пунктом 1 статьи 1212 ГК РФ заключение такого соглашения не является препятствием для применения судом средств защиты прав потребителя, предоставляемых императивными нормами права страны места жительства потребителя, при соблюдении одного из следующих условий:

- либо профессиональная сторона осуществляет свою деятельность в стране места жительства потребителя, и договор связан с такой деятельностью профессиональной стороны;
- либо профессиональная сторона любыми способами направляет свою деятельность на территорию страны места жительства потребителя или территорию нескольких стран, включая территорию страны места жительства потребителя, и

договор связан с такой деятельностью профессиональной стороны» (п. 45 указанного постановления). В то же время если они не смогли прийти к такому соглашению, то будут применяться специальные коллизионные нормы ст. 1221 ГК РФ, согласно которым потерпевшему потребителю-гражданину предоставляется возможность выбора применимого права из нескольких законных вариантов. Поэтому при наличии признаков осуществления иностранным продавцом своей деятельности на территории Российской Федерации, т.е. в стране места жительства потребителя (российского гражданина), либо обстоятельств, подтверждающих, что продавец любыми способами направляет свою деятельность на территорию Российской Федерации (наряду с территориями других стран), к отношениям с участием потребителей должно применяться законодательство Российской Федерации (п. 1 ст. 1212 Гражданского кодекса РФ).

В связи с тем, что в российской судебной практике накопилось много вопросов по данному виду торговли, на сайте Верховного суда РФ 10 июля опубликовано постановление Пленума Верховного суда РФ от 09 июля 2019 года № 24 «О применении норм международного частного права судами Российской Федерации». Этот документ затрагивает также и последствия осуществления россиянами покупок различных товаров через сеть Интернет в иностранных юрисдикциях (государствах).

В частности, Верховный суд РФ разъяснил, что в таких ситуациях можно применять нормы российского законодательства о защите прав потребителей. Это значит, например, что потребитель в российском суде освобожден от государственной пошлины (по искам до 1 млн. рублей), а с продавца можно взыскать штраф за невыполнение добровольно законных требований покупателя (суд начислит еще 50% сверх суммы иска в соответствии с пунктом 6 ст. 13 Закона «О защите прав потребителей»).

Согласно разъяснениям Пленума сайт в сети Интернет может рассматриваться как ориентированный на российских потребителей, если одним из его языков является русский язык, цены приведены в российских рублях, указаны контактные телефоны с российскими кодами или имеются другие аналогичные доказательства (например, владелец сайта заказывал услуги, направленные на повышение цитируемости его сайта у российских пользователей сети Интернет).



Немаловажно, что в данном постановлении Пленума указано что суд, рассматривающий дело, вправе по своей инициативе обеспечить защиту прав потребителя, предоставляемую императивными нормами права страны места жительства потребителя. Такие императивные нормы могут содержаться как в актах специального законодательства (например, в Законе РФ от 7 февраля 1992 года N 2300-1 "О защите прав потребителей"), так и в актах общего характера (например, в ГК РФ). Суд применяет императивные нормы права страны места жительства потребителя вне зависимости от их квалификации в качестве норм непосредственного применения в значении статьи 1192 ГК РФ (п. 45. Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 9 июля 2019 г № 24). В то же время если стороны не смогли

прийти к соглашению о выборе применимого права, то будут применяться специальные коллизионные нормы ст. 1221 ГК РФ, согласно которым потерпевшему потребителю-гражданину предоставляется возможность выбора применимого права из нескольких законных вариантов. Если же потерпевший «не воспользовался предоставленным ему правом выбора и отсутствует соглашение сторон о подлежащем применению праве, судом применяется право страны, где имеет место жительства или основное место деятельности продавец или изготовитель товара либо иной причинитель вреда, при условии, что из закона, существа обязательства либо совокупности обстоятельств дела не вытекает иного (пункт 3 статьи 1221 ГК РФ)» (п.47 вышеуказанного постановления).

### Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая: федеральный закон от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. – № 5. – Ст. 410.
2. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1993 г. № 2300-1 // Ведомости СНД и ВС РФ. – 1992. – № 15. – Ст. 766.
3. Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2006. – № 12. – Ст. 1232.
4. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2010. – № 1. – Ст. 2.
5. Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении правил продажи товаров дистанционным способом» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2007. – № 41. – Ст. 4894.
6. Постановление Пленума Верховного Суда РФ «О применении норм международного частного права судами Российской Федерации» от 9 июля 2019 г. № 24 // Российская газета от 17. 07. 2019 г. – № 154.

### References

1. Grazhdanskij kodeks Rossijskoj Federacii. Chast' vtoraja: federal'nyj zakon ot 26janvarja 1996 g. № 14-FZ // Sobranie zakonodatel'stva Rossijskoj Federacii. – 1996. – № 5. – St. 410.
2. Zakon RF «O zashhite prav potrebitelej» ot 07.02.1993 g. № 2300-1 // Vedomosti SND i VS RF. – 1992. – № 15. – St. 766.
3. Federal'nyj zakon «O reklame» ot 13 marta 2006 g. № 38-FZ // Sobranie zakonodatel'stva Rossijskoj Federacii. – 2006. – № 12. – St. 1232.
4. Federal'nyj zakon «Ob osnovah gosudarstvennogo regulirovaniya torgovoj dejatel'nosti v Rossijskoj Federacii» ot 28 dekabnja 2009 g. № 381-FZ // Sobranie zakonodatel'stva Rossijskoj Federacii. – 2010. – № 1. – St. 2.
5. Postanovlenie Pravitel'stva Rossijskoj Federacii «Ob utverzhdenii pravil prodazhi tovarov distancionnym sposobom» // Sobranie zakonodatel'stva Rossijskoj Federacii. – 2007. – № 41. – St. 4894.
6. Postanovlenie Plenuma Verhovnogo Suda RF «O primenenii norm mezhdunarodnogo chastnogo prava sudami Rossijskoj Federacii» ot 9 ijulja 2019 g. № 24 // Rossijskaja gazeta ot 17. 07. 2019 g. – № 154.

**САВЧЕНКО Елена Яковлевна**, доцент кафедры гражданского права и гражданского судопроизводства, Южно-Уральский государственный университет (НИУ). 454080, г. Челябинск, пр. Ленина, д. 76.  
E-mail: savchen-coei@susu.ac.ru

**SAVCHENKO Elena Yakovlevna**, associate professor Chair of civil law and civil proceedings of the South Ural State University national research University. 454080, Russia, Chelyabinsk, Lenin prospect, 76. E-mail: savchen-coei@susu.ac.ru

