

УДК 347.27.01

С. А. Сафонова

МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И ОБЩЕСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ПОКУПКЕ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ

Научный руководитель:

Анциферова Наталья Александровна

Кандидат юридических наук, доцент кафедры

«Коммерческое и предпринимательское право»

Донского государственного технического университета

Аннотация. Статья посвящена вопросам защиты прав потребителей в условиях стремительно развивающейся цифровой экономики. Анализируется нормативно-правовое регулирование интернет-торговли, затрагивается проблема контроля над ней со стороны государства и общества. В частности, рассматривается применение Федерального закона «О защите прав потребителей» при совершении покупок в сети Интернет. Автором предлагаются дополнительные меры по защите прав потребителей в сфере интернет-торговли.

Ключевые слова: права потребителей, защита прав потребителей, Закон о защите прав потребителей, интернет-торговля, интернет-магазин.

Количество онлайн-покупателей с каждым годом неуклонно растет. С начала пандемии коронавируса россияне в два раза чаще стали покупать товары в сети Интернет. Причина этой тенденции кроется, прежде всего, в удобстве подобного формата торговли. Покупки через Интернет характеризуются такими очевидными преимуществами, как отсутствие очередей, удобное оформление заказов, возможность доставки на дом, широкий выбор продукции [9].

Изменение потребительского поведения и ажиотажный спрос на отдельные товары в феврале – марте 2022 года увеличили число покупок в интернет-магазинах на 59% против аналогичного периода 2021 года.

По данным Ассоциации компаний интернет-торговли,¹ по итогам первого квартала 2022 года объем онлайн-продаж в общем обороте розницы составил

¹ Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ) – некоммерческая организация, созданная в 2012 году с целью соблюдения равных конкурентных условий на рынке интернет-торговли. Объединяет компании, формирующие 70% онлайн-ритейла в России. Среди участников – «Яндекс.Маркет», «Ozon», «Wildberries», «СберМаркет»,

11,2%, что превысило исторический максимум «коронавирусного» 2020 года (10,2% в первом полугодии) [10].

Важно отметить, что в России нет специального закона, регулирующего интернет-торговлю или «дистанционный способ продажи товара», как она именуется в отечественном законодательстве [12]. Торговля через Интернет регулируется в нашей стране следующими нормативно-правовыми актами:

- Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) [5];
- Федеральный закон «О защите прав потребителей» [1];
- Федеральный закон «О персональных данных» [2];
- Федеральный закон «О рекламе» [3];
- Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» [4];
- Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» [6];
- Письмо Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом» [7];
- Письмо Роспотребнадзора «О пресечении правонарушений при дистанционном способе продажи товара» [8].

Согласно перечисленным нормативным документам, продажа товаров дистанционным способом представляет собой торговлю по договорам розничной купли-продажи, заключаемым покупателями на основании сведений, полученных с помощью средств связи или иными способами, исключающими для потребителя возможность непосредственного ознакомления с товарами и их образцами.

Работу интернет-магазинов контролируют три федеральных ведомства – Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор), Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), Федеральная антимонопольная служба (ФАС). Как правило, они реагируют на жалобы покупателей, но проводятся также и плановые проверки.

Роспотребнадзор проверяет соблюдение Федерального закона «О защите прав потребителей». Вот какие ошибки наиболее часто совершают предприниматели:

- Доставляемый товар не соответствует своему описанию на сайте;
- На сайте отсутствует юридическая информация о компании;
- Отказ в возврате товара;

«Avito», «Lamoda», DNS, «Перекрёсток», «Детский мир», «Связной», «Ситилинк», «М.Видео», «Эльдорадо», «Утконос» (всего – 70 компаний-участников) [11].

- Товар доставляется с браком или не доставляется вовсе.

В зависимости от характера проблемы Роспотребнадзор запрашивает у интернет-магазина необходимые документы. Например, если поступила жалоба на доставку товара, необходимо предоставить договор, квитанцию и чек, а если на свойства товара (неудовлетворительный внешний вид и прочее), то – сертификат качества.

Роскомнадзор проверяет, в первую очередь, защиту персональных данных. На сайте организации должна быть размещена политика обработки личных данных с обязательным согласием клиентов на их предоставление. Если будет установлено, что персональные данные собирались без согласия покупателей, компании будет выписан штраф от 15 до 75 тысяч рублей за каждое нарушение. Наличие на сайте противозаконной информации, например, призывов к экстремизму и межнациональной розни, также является предметом проверок со стороны Роскомнадзора.

ФАС обращает внимание на то, как предприятия торговли рекламируют себя и свою продукцию. Основное правило – реклама должна быть достоверной, чтобы не вводить покупателя в заблуждение. Если на сайте указано, что товар стоит 5 000 рублей, а в реальности он продается за 6 000, инспекторы могут выписать штраф на сумму от 100 до 500 тысяч рублей. Также ФАС отслеживает методы конкурентной борьбы, поскольку борьба за потребителя должна быть честной. Например, если на сайте интернет-магазина написано, что предлагаемый товар – «Лучший в России», и нет при этом никакой подтверждающей информации, то данное утверждение может быть признано актом недобросовестной конкуренции.

Развитие онлайн-бизнеса, а, следовательно, снижение потребительской осведомленности породили целый ряд негативных последствий. Особенно это касается умышленного преувеличения свойств товара. Для защиты своих прав и борьбы с недобросовестными продавцами потребители используют средства массовой информации, социальные сети, независимые экспертизы и судебные иски.

Таким образом, продавцы должны ориентироваться не только на предпочтения целевой аудитории, но и на правила современной торговли. Пренебрежение последними влечет за собой наказание по закону и моментальное снижение лояльности потребителей. Как результат, происходит падение рентабельности, что в условиях жесткой конкуренции может привести к полной остановке бизнеса.

На основании всего вышеизложенного считаем целесообразным предложить следующие меры по защите прав потребителей в сфере интернет-торговли:

- Принять специальный законодательный акт о регулировании интернет-торговли (дистанционного способа продажи товаров);

– Создать сайт, на котором в обязательном порядке будут регистрироваться все интернет-магазины с указанием категорий реализуемых товаров и услуг (по аналогии с ОКВЭД – Общероссийским классификатором видов экономической деятельности). Приобретая в интернет-магазине товар, покупатель должен выбрать опции «Купить» и «Оплатить». После оплаты сведения о покупке сразу же поступают в единую базу данных (какой товар, где и кем был приобретен). Данная мера позволит, во-первых, вести статистику интернет-магазинов, во-вторых, отслеживать движение товаров, в-третьих, быстрее рассматривать жалобы покупателей в соответствии с Федеральным законом «О защите прав потребителей».

Список источников и литературы

1. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 07 февраля 1992 г., № 2300-1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (дата обращения: 25.05.2022).
2. Федеральный закон «О персональных данных» от 27 июля 2006 г., № 152-ФЗ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW (дата обращения: 25.05.2022).
3. Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 г., № 38-ФЗ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (дата обращения: 25.05.2022).
4. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28 декабря 2009 г., № 381-ФЗ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/ (дата обращения: 25.05.2022).
5. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/ (дата обращения: 25.05.2022).
6. Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» от 27 сентября 2007 г., № 612. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_71418/ (дата обращения: 25.05.2022).
7. Письмо Роспотребнадзора «О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом» от 12 октября 2007 г., № 0100/10281-07-32. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW (дата обращения: 25.05.2022).
8. Письмо Роспотребнадзора «О пресечении правонарушений при дистанционном способе продажи товара» от 08 апреля 2005 г., № 0100/2569-05-32. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_53243/ (дата обращения: 25.05.2022).

9. Регулирование интернет-торговли в России // Бюллетень о развитии конкуренции. Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. – 2015, январь. – Выпуск № 8. – С. 4-18.

10. Интернет-торговля в России за первый квартал 2022 года выросла на 59%. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://retail-loyalty.org/news/internet-torgovlya-v-rossii-za-i-kvartal-2022-goda-vyroslo-na-59/> (дата обращения: 14.06.2022).

11. Ассоциация компаний интернет-торговли. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://akit.ru> (дата обращения: 14.06.2022).

12. Гармаева Ю.М., Красильникова Е.А. Понятие дистанционной торговли в российском законодательстве и научной литературе // Общество, культура, человек в цифровую эпоху. Медиаэкономика, медиаполитика, медиакультура: сборник научных статей / Под редакцией О.В. Архиповой и А.И. Климина; Ассоциация «НИЦ «Пересвет». – СПб.: «Фора-принт», 2020. – С. 13-17.

© Сафонова С.А., 2022

