К ВОПРОСУ О ПРАВОВОЙ ПРИРОДЕ ДОГОВОРА ДИСТАНЦИОННОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

THE QUESTION OF THE LEGAL NATURE OF THE CONTRACT OF REMOTE PURCHASE AND SALE

УДК 347.451

Шалайкин Руслан Николаевич, к.ю.н., доцент, заведующий кафедрой гражданского права и процесса, Белгородский государственный университет, г. Белгород

Бородаенко Наталья Васильевна, магистрант, Белгородский государственный университет, г. Белгород

Shalaykin R.N. shalaykin@bsu.edu.ru

Borodaenko N.V. borodaenko@bsu.edu.ru

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы правового регулирования в Российской Федерации договора дистанционной купли-продажи товаров. Авторы анализируют такие понятия, как дистанционная торговля и электронная коммерция, через призму доктринальных позиций и правовых норм. Представлены особенности договора розничной купли-продажи, заключаемого дистанционно, названы проблемы, возникающие в бизнес-среде при заключении данного вида договора. В заключении обосновывается позиция о существовании некоторых пробелов в российском законодательстве, которые значительно усложняют договорные отношения между продавцом и покупателем.

Annotation

The article deals with the issues of legal regulation in the Russian Federation of the contract of remote purchase and sale of goods. The authors analyze such concepts as distance trading and e-commerce through the prism of doctrinal positions and legal norms. The features of the retail purchase and sale agreement concluded remotely are presented, the problems that arise in the business environment when concluding this type of contract are named. The conclusion substantiates the position that there are some gaps in the Russian legislation that significantly complicate the contractual relationship between the seller and the buyer.

Ключевые слова: гражданское право, договорное право, гражданский договор, договор купли-продажи, дистанционная купля-продажа

Keywords: civil law, contract law, civil contract, contract of sale, remote purchase and sale

В настоящее время стремительное развитие цифровой экономики в Российской Федерации характеризуется широким распространением дистанционной покупки товаров или услуг. Уже сегодня этот метод дистанционного заключения договоров очень распространен.

Появление нового способа купли-продажи, несомненно, потребовало новых форм и методов его правового регулирования. Следует отметить, что, несмотря на то, что этот способ продажи товаров появился относительно недавно, он уже стал довольно популярным. В связи с этим на сегодняшний день разработан механизм правового регулирования таких отношений. Однако практика показывает, что существует ряд проблем, связанных с дистанционным режимом купли-продажи товаров, и, следовательно, требуется дальнейшее совершенствование и развитие законодательства в этой области [2, С. 428].

Если рассмотреть опыт и историю правового регулирования дистанционной купли-продажи, например, в Соединенных Штатах Америки, где принципы свободы и демократии были всеобщими, за короткое время дистанционная продажа товаров набрала свою популярность. Стало очень

распространенным приобретать товары с помощью телефонных, телеграфных, каталогов и газетных объявлений, которые позволяют получить право граждан на приобретение разных товаров, независимо от места нахождения либо своевременного наличия этого товара в магазинах, где покупка возможна только при встрече продавца и покупателя.

Торговые дома успешно занимались удаленными продажами по почте, а печатные каталоги были основным и единственным способом показа товаров потребителям. Ярким примером такой деятельности электронной коммерции является всемирно известная американская компания Amazon, у которой никогда не было традиционных магазинов в зданиях или торговых центрах на протяжении всей истории создания и развития. Amazon значительно снижает стоимость товара не только за счет автоматизации процессов заказа, но и за счет координации доставки товара от издателей к покупателям, что очень удобно и эффективно [1].

Как отмечают О. В. Котельникова и Л. А. Бердегулова, «Дистанционная продажа имеет свои специфические особенности, отличающие ее от других видов купли-продажи, в том числе розничной. В первом случае покупатель, намеревающийся приобрести товар, может четко его увидеть - оценить его потребительские свойства или выявить недостатки на месте; во втором - такая возможность отсутствует, так как сделка осуществляется на расстоянии и любая информация о товаре может быть получена только со слов продавца - в письменной или устной форме» [2, С. 428].

Интересна, но достаточно спорна точка зрения И. Т. Балабанова, который понимает сущностную особенность электронной коммерции «как особой формы продвижения товара, то есть в Интернете. По мнению ученого, «продвижение продукта — это многоуровневый комплекс мер, которые направлены на действенную материализацию продукта. Это может происходить за счет использования информации, контекстной рекламы и иных средств» [3, С. 191].

Следует выделить еще одного российского юриста и публициста В. Д. Каткова, который внес значительный вклад в изучение проблем дистанционного приобретения товаров. Он утверждал, что «законность такой сделки основана на анализе правовых норм и практики заключения таких договоров. Необходимо оценивать договор, заключенный посредством телефонных переговоров, как договор, заключенный между присутствующими» [4].

Проанализировав такие понятия, как дистанционная торговля и электронная коммерция, через призму доктринальных позиций и правовых норм, можно сделать аргументированный вывод о том, что «электронная коммерция – это коммерческая деятельность по приобретению товаров, осуществляемая в сети Интернет дистанционными средствами взаимодействия участников сделки, через автоматизированную систему приема и обработки заказов, которая имеет очень сложную структуру правоотношений» [5].

К электронным договорам, находящимся в Интернет-пространстве, на наш взгляд, наиболее подходящая характеристика, это Брагинский М. И. и Витрянский В. В. авторы также отметили, что «стороны признают наличие соглашения о подчинении их отношений нормам диспозитивных и квазинормальных регуляторов в виде хозяйственных обычаев, установившихся практик между сторонами, при отсутствии иных указаний в договоре» [6, С. 14].

Из вышесказанного можно сформулировать ряд особенностей договора розничной купли-продажи, заключаемого дистанционно:

1) Предметом договора являются товары или услуги, которые могут быть отправлены по дистанционному договору. Однако не все услуги могут подпадать под действие договора, а только те, которые предоставляются при исполнении договора.

2) Заключение договора производится вне стационарных торговых зон, поскольку такие зоны просто недоступны продавцу. Этот критерий указывает на расстояние между потребителем и продавцом.

3) Покупатель имеет возможность выбрать товар только на основе предложенного изображения и текстового описания по различным каналам связи (Интернет, брошюры, буклеты, каталоги и т.д.).

4) Потребитель лишается возможности непосредственного ознакомления с товаром при заключении такого договора.

Продажа товаров через интернет, как в национальной сфере, так и за рубежом, значительно усложняет процесс расчета объема международной торговли. Кроме того, многие продукты, продаваемые в онлайн-пространстве, имеют нереализованную форму, такую как музыка, фильмы и игры, и расчет их продаж занимает довольно много времени.

Первая проблема, которая в настоящее время наиболее остро стоит в бизнес-среде, — это отсутствие юридического признания документов, обмениваемых сторонами договора купли-продажи в виртуальном пространстве.

Предполагается, что договор не является юридически обязательным, если он не содержит обязательного элемента, к которому также относится собственноручная подпись лица, являющегося стороной договора. Основная цель подписи заключается в том, чтобы лицо, подписавшее ее добровольно, подтвердило, что оно соответствует всем условиям, указанным в договоре, и готово их выполнить.

Следует отметить, что действующее законодательство Российской Федерации в настоящее время не содержит отдельной ветви законодательства, регулирующей торговые отношения между субъектами в интернете. Данный тип договора очень детализирован и эффективно используется в практике ряда европейских стран. Однако применить уже существующий зарубежный опыт правового регулирования в этой сфере купли-продажи товаров к нашему законодательству можно лишь частично, поскольку в каждой отдельной стране развитие торговли имеет свои особенности, которые зависят от развития экономики и законодательства страны, определяющего различные границы реализации торгового потенциала.

Подводя итог, следует отметить, что в области электронной коммерции в российском законодательстве сегодня существует много пробелов, которые значительно усложняют договорные отношения между продавцом и покупателем.

Литература

1. Соловьев К. В., Чекмарёв Г. Ф. Дистанционная торговля как объект правового регулирования //Вестник Международного института экономики и права. – 2016. – №. 3 (24). – С. 119-126.
2. Mayboroda T. Legal Regulation of a Remotely Concluded Sales Contract in the Era of Digitalization // Ecological-Socio-Economic Systems: Models of Competition and Cooperation (ESES 2019). – Atlantis Press, 2020. – С. 428-431.
3. Балабанов И. Т. Электронная коммерция / И. Т. Балабанов. СПб.: Питер, 2001.
4. Катков В. Заключение договоров при посредстве электричества // Журнал С-Петерб. юрид. об-ва. 1896. Кн. 7. С. 231-233.
5. Фалеева А. А. Правовая природа договора купли-продажи товаров дистанционным способом // Актуальные проблемы юриспруденции. – 2020. – С. 39-45.
6. Брагинский М. И. Договорное право. Книга первая. Общие положения / М. И. Брагинский, В. В. Витрянский. М., 2000.

Literature

1. K. V. Soloviev and G. Chekmaryov, Distance selling as the object of legal regulation // Vestnik Mezhdunarodnogo instituta ehkonomiki i prava (Bulletin of the International Institute of Economics and Law), No. 3 (24), pp. 119-126.
2. Mayboroda T. Legal Regulation of a Remotely Concluded Sales Contract in the Era of Digitalization // Ecological-Socio-Economic Systems: Models of Competition and Cooperation (ESES 2019). – Atlantis Press, 2020. – pp. 428-431.
3. Balabanov I. T. E-commerce / I. T. Balabanov. St. Petersburg: Peter, 2001.

4. V. D. Katkov, “Conclusion of contracts through electricity,” Journal of the St. Petersburg Law Society, Vol. 7, 1896. – pp. 231-233.
5. Faleeva A. A. The legal nature of the contract of purchase and sale of goods by remote means // Actual problems of jurisprudence. - 2020. - pp. 39-45.
6. Braginsky M. I. Contract law. The first book. General provisions / M. I. Braginsky, V. V. Vitryansky, M., 2000.