

УДК 346.7

Шихова Валентина Михайловна

*Студентка магистратуры 2 курса 22-3ФМ-6 группы Волго-Вятского
института (филиала) Университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА)*

Россия, г. Киров

Научный руководитель: Кирилловых Андрей Александрович

ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ ВОЗНИКАЮЩИЕ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация. В статье автор рассматривает правовые проблемы регулирования отношений возникающие в сфере защиты прав потребителей при осуществлении электронной торговли. В работе определяется ряд проблем, к которым относятся следующие: проблема идентификации пользователя, проблема информационных посредников, проблема электронной подписи

Ключевые слова: интернет-торговля, электронная коммерция, потребитель, товар, защита прав потребителей.

PROBLEMS OF REGULATION OF RELATIONS ARISING IN THE FIELD OF CONSUMER PROTECTION IN THE IMPLEMENTATION OF ELECTRONIC COMMERCE

Annotation. In the article, the author examines the legal problems of regulating relations arising in the field of consumer protection in the implementation of electronic commerce. The paper identifies a number of problems, which include the following: the problem of user identification, the problem of information intermediaries, , the problem of electronic signature

***Keywords:** online commerce, e-commerce, consumer, product, consumer protection.*

В современных условиях все большее распространение получает дистанционный способ продажи товара.

В связи с тем, что потребительский рынок растет, появляются новые товары, работы, услуги, вопрос, касающийся защиты прав потребителя при осуществлении электронной торговли, требует добавлений и изменений.

Продажа товаров дистанционным способом является одним из видов договора розничной купли-продажи, который заключается на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, которые содержатся в каталогах, буклетах, флаерах, либо изображенный на фотоснимках или с использованием сетей почтовой, телефонной связи, сетей электросвязи, в том числе с помощью информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а так же сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, которые исключают ознакомление покупателей с товаром в натуре, либо образцом товаров при заключении договора.

Продажа товаров дистанционным способом регулируется Гражданским кодексом РФ [1], Законом РФ «О защите прав потребителя» [2]

В юридической литературе выделяют ряд проблем правового регулирования оборота товаров в сети Интернет, которые возникают при дистанционной торговле [3, с. 124]. Отметим некоторые из них.

Существует проблема идентификации пользователей, которая выражается в особенностях заключения договора в электронном виде.

Более подробно эту проблему рассматривает Филимонов К. В. в своей статье, посвященной правовому регулированию формы договора в электронной коммерции [4]. Не совсем ясна форма сделки (так как ГК РФ

устанавливает, что все сделки могут совершаться устно, если отсутствует законодательное предписание или соглашение сторон об ином).

Проблемой является и электронная подпись, а также возникшая в связи с внесением изменений в Федеральный закон РФ «О персональных данных» [5] проблема защиты данных пользователей, который предписывает хранить и обрабатывать персональные данные граждан РФ только на территории Российской Федерации, что вызывает затруднения при покупке товаров у некоторых зарубежных интернет-магазинов.

При принятии решения о покупке товара дистанционным способом особое внимание следует уделить информации, которую представляет продавец о себе, о товаре и об условиях покупки. И вот здесь возникают проблемы.

Дело в том, что вся информация о продавце размещается на сайте в сети Интернет, но сайт нематериален и представляет собой сочетание информации и программного обеспечения: именно поэтому сам по себе он не может приводить к образованию постоянного представительства. Кроме того, большинство владельцев сайтов в сети Интернет не являются собственниками серверов и для размещения сайта на сервере обращаются к специализированным организациям, которые владеют соответствующим оборудованием и оказывают соответствующие услуги. Может возникнуть такая ситуация, что информация о продавце товара, содержащаяся на сайте недействительна.

Проблема информационных посредников представляется в виде вопроса о допустимой мере ответственности владельцев сайтов – операторов торговых площадок – за информацию, размещаемую на их сайтах.

Унификацией электронного коммерческого оборота занимается большое число международных организаций. Однако в итоге правовому регулированию подлежат отдельные частные вопросы, а не электронная коммерция в целом, поэтому возникают проблемы соотнесения ныне

действующих международных соглашений и фактически складывающихся предпринимательских отношений с использованием электронного обмена данными.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что существуют пробелы в законодательстве в части правового регулирования в области оборота товаров в сети «Интернет», в силу существования которых появляются и проблемы защиты прав потребителей. В связи с этим следует уделить внимание следующим направлениям развития законодательства и способам разрешения правовых проблем, возникающих при осуществлении дистанционной коммерческой деятельности.

Во-первых, необходима систематизация законодательства в области дистанционной продажи товаров для того чтобы установить единые для всех правила рынка электронной торговли, а также расширить понятийный аппарат в данной сфере.

Во-вторых, необходимо создать нормативную базу для расширения возможностей саморегулирования деятельности предпринимателей по дистанционной продаже товаров в сети Интернет, предусматривающую, в том числе, организацию уведомительного реестра, в котором можно было бы связать доменное имя интернет-магазина с конкретным предпринимателем. Такая регистрация решила бы отчасти и проблемы налогообложения электронной торговли.

В-третьих, необходимо обязательное законодательное закрепление гарантий обычным пользователям компьютерной сети.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): офиц. текст Федерального закона от 30.11.1994г. № 51-ФЗ. – СПС Консультант Плюс.
2. Федеральный закон от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей». – СПС Консультант Плюс.
3. Архипов В. В., Килинкарлова Е. В., Мелашенко Н. В. Проблемы правового регулирования оборота товаров в сети Интернет: от дистанционной торговли до виртуальной собственности // Закон. 2014. июнь. С. 120- 143.
4. Филимонов К. В. Правовое регулирование формы договора в электронной коммерции // Юрист. 2007. № 12. С. 16-21.
5. Федеральный закон от 21 июля 2014 г. № 242-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части уточнения порядка обработки персональных данных в информационно-телекоммуникационных сетях». – СПС Консультант Плюс.