

Руслан Айтқалиұлы Амерханов

*Қазақстан Республикасы Бас прокуратурасының жанындағы Құқық қорғау органдарының академиясы
Нұр-Сұлтан қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: 7171136@prokuror.kz*

ТАУАРДЫ ҚАШЫҚТЫҚТАН САТУ ТӘСІЛІН ҚҰҚЫҚТЫҚ РЕТТЕУДІҢ КЕЙБІР МӘСЕЛЕЛЕРІ

Аннотация. Тауарларды қашықтықтан сату тәсілі – бұл болашағы мол және тез дамып келе жатқан бағыт. Мақалада қашықтықтан сауда жасау ұғымына, оның заңды белгілеріне талдау жүргізіледі, тауарларды сатудың осы тәсілінің анықтамасы тұжырымдалған. Бөлшек сауданың осы түрінің қазіргі жағдайы, оның оң және теріс жақтары қарастырылады. Жөнелтімдік (пошталық), теледидарлық және электрондық тәрізді, тауарларды қашықтықтан сатудың қолданыстағы нысандары талданады. Сатушы мен сатып алушының арасындағы қатынастар зерттеледі. Қашықтықтан жүзеге асырылатын, тауарларды бөлшек сатып алу мен сатуды құқықтық реттеудің кейбір мәселелері талқыланады, Қазақстан Республикасы Үкіметінің «Желілік маркетинг, қоғамдық таратушылар, пошта арқылы және басқа да тәсілдермен сату жолымен сауда орындарынан тыс бөлшек сауда ережесін бекіту туралы» қаулысына өзгерістер мен толықтырулар енгізу ұсынылады. Тұтынушылардың құқықтарын бұзбауға мүмкіндік беретін осы тәсілмен тауарларды сатып алу кезінде кейбір ұсынымдар беріледі.

Түйінді сөздер: тауар, сатушы, тұтынушы, құқықтарды қорғау, қашықтықтан сауда жасау, интернет, пошта, дүкен.

Амерханов Руслан Айтқалиевич

*Академия правоохранительных органов при Генеральной прокуратуре Республики Казахстан
г. Нур-Султан, Республика Казахстан, e-mail: 7171136@prokuror.kz*

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДИСТАНЦИОННОГО СПОСОБА ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

Аннотация. Дистанционный способ продажи товаров – это перспективное и быстро развивающееся направление. В статье проводится анализ понятия дистанционной торговли, её юридические признаки, сформулирована дефиниция данного способа продажи товаров. Рассматривается современное состояние данного вида розничной торговли, его положительные и отрицательные стороны. Анализируются существующие формы дистанционной продажи товаров, исследуются отношения между продавцом и покупателем. Рассматриваются некоторые проблемы правового регулирования розничной купли-продажи товаров, осуществляемой дистанционным способом, предлагается внести изменения и дополнения в постановление Правительства Республики Казахстан «Об утверждении Правил розничной торговли вне торговых мест путем сетевого маркетинга, общественных распространителей, продажи по почте и другими способами». Даются рекомендации при приобретении товаров данным способом, позволяющие избежать нарушения прав потребителей.

Ключевые слова: товар, продавец, потребитель, защита прав, дистанционная торговля, интернет, почта, магазин.

Amerkhanov Ruslan Aitkalievich

*Academy of law enforcement under the General Prosecutor's Office of the Republic of Kazakhstan,
Nur-Sultan c., Republic of Kazakhstan, e-mail: 7171136@prokuror.kz*

SOME ISSUES OF LEGAL REGULATION OF THE DISTANCE SELLING GOODS

Abstract. The remote way of selling goods is a promising and rapidly developing direction. The article analyzes the concept of distance selling, its legal characteristics, the definition of this method of selling goods is formulated. We consider the current state of this type of retail trade, its positive and negative sides. Author analyzed existing forms of distance sales of goods, and the relationship between the seller and the buyer is studied. Some problems of legal regulation of retail sale of goods carried out



by distance methods are examined, it is proposed to make changes and additions to the Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan «On approval of retail trade rules outside trading places by network marketing, public distributors, mail sales and other means». Recommendations are given, when purchasing goods in this way, to avoid violation of consumer rights.

Key words: the goods, a seller, consumer, protection of rights, distance trading, internet, post office, store.

В процессе товарооборота от изготовителя к потребителю конечным звеном является розничная торговля. При розничной торговле товары переходят из сферы обращения в сферу личного потребления, т.е. становятся собственностью потребителя.

Потребление и справедливая торговля – один из основополагающих принципов любого демократического общества, а защита прав человека как потребителя является объективной, необратимой закономерностью и одним из важнейших признаков такого общества [1, с.66].

Потребитель – физическое лицо, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее, приобретающее и (или) использующее товар (работу, услугу) исключительно для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью [2].

В условиях рыночной экономики почти каждый гражданин, выступает в качестве потребителя и, в определенных случаях, нуждается в правовой защите нарушенных прав.

Потребитель является слабой стороной договорных отношений по следующим основаниям:

1) его ограниченный потребительский платежеспособный ресурс предназначен для удовлетворения естественных объективных потребностей человека, и этот ресурс является объектом конкурентной борьбы;

2) потребитель не участвует в разработке условий договоров, субъектом которых он является;

3) право потребителя на свободный осознанный выбор товара, услуги, работы ограничивается воздействием маркетинговых технологий;

4) возможности потребителя как субъекта отношений купли-продажи в конкретной оценке качеств и свойств товаров, работ и услуг не являются профессиональ-

ными и равными с возможностями продавца товара, услуги, работы [3, с.15].

Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года определяет правовые, экономические и социальные основы защиты прав потребителей, а также меры по обеспечению потребителей безопасными и качественными товарами (работами, услугами) [4].

Развитие законодательства, регулирующего отношения в области защиты прав потребителей, ознаменовались глобальными изменениями, произошедшими в политической, экономической, и, как следствие, правовой сферах нашей страны, положившими начало процесса перехода к рыночным отношениям.

Одной из форм розничной торговли является дистанционная торговля. В настоящее время, с развитием информационно-коммуникационных технологий в Республике Казахстан, дистанционная торговля обрела новые возможности по использованию различных форм торговли, отличающихся друг от друга методом доведения до потребителя информации о товарах, их потребительских свойствах. В свою очередь, каждая из форм дистанционной продажи товаров является отдельным видом коммерческой деятельности с присущей ей процессами организации торговли.

Дистанционная торговля реализуется в нескольких формах, сформировавшихся по мере развития разнообразных способов коммуникации в обществе.

Первой формой дистанционной торговли является посылочная (почтовая) торговля. Посылочная (почтовая) торговля – это вид дистанционной торговли, характерным признаком которой является выбор товара с помощью каталогов, буклетов и иных информационных источников, в том числе в почтовых организациях связи и доставкой товаров с помощью посылок и иных почтовых отправок.

При посылочной (почтовой) торговле знакомство покупателя с товаром происходит, чаще всего, по каталогу, который содержит подробную информацию о товарах. Информация о товаре обычно может содержать изображение товара, подробное его описание, технические характеристики и требования, цену и другие данные.

Второй, интенсивно развивающейся формой дистанционной торговли является телевизионная торговля. Почти в каждой стране транслируется какой-либо формат ТВ-магазина.

Как правило, товары, представленные в телевизионных магазинах не всегда можно встретить в обычных магазинах. Формат продаж в ТВ-магазине основывается на создании впечатления срочности заказа и снижения цены, а также дополнительных бонусов. Способ торговли заключается в показе по телевизору основных потребительских свойств товара. Доставка заказанного товара производится почтой или курьерской службой.

С развитием информационных технологий выделился третий вид дистанционной торговли, осуществляемый через Интернет – это электронная торговля, которая оказывает значительное влияние на экономику.

По мнению большинства зарубежных исследователей к данному понятию следует относить хозяйственную деятельность, которая осуществляется с использованием телекоммуникационных сетей [4], [5].

В соответствии с Законом Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности» от 12.04.2004 г. под электронной торговлей понимается «предпринимательская деятельность по реализации товаров, осуществляемая посредством информационно-коммуникационных технологий» [6].

В типовом законе «Об электронной торговле» (разработанном Комиссией ООН по праву и международной торговле) к электронной торговле относятся любые виды осуществляемых в электронной форме предпринимательских отношений, «включая куплю-продажу товаров и услуг, факторинг, лизинг, строительство промышленных объектов, инвестирование, финансирование, консультационные и банковские услуги, страхование и т.д.» [7].

Компании размещают свои сайты в Интернет-пространстве. Это позволяет связывать различные формы дистанционной торговли между собой. Например, продукция, указанная в каталоге может дублироваться в интернет-магазине.

Работа интернет-магазина не ограничена временными рамками обслуживания и количеством посетителей, имеется возможность оставлять свой отзыв о товаре и продавце, проводить сравнение товаров друг с другом и добавлять их в избранное. Покупатель обладает возможностью применять при оплате за товар безналичный расчет, с использованием банковских платежных систем и получить заказанный товар, как по почте, так и с помощью курьерской службы. Доступ к интернет-магазину может осуществляться в любое время суток без перерывов и выходных, главное требование – наличие доступа к Интернету.

Дистанционная торговля постоянно развивается чтобы удовлетворять потребностям общества. Принципиальным отличием дистанционной продажи товаров от иных, предусмотренных законом способов торговли, является исключение возможности потребителя лично ознакомиться во время покупки с предлагаемым товаром. Таким образом, в случае заключения розничного договора купли-продажи, при котором потребитель не имеет возможности непосредственно ознакомиться с товаром, данный вид будет являться дистанционным способом торговли.

При дистанционной торговле, потребитель совершает покупку на основе предложенного продавцом изображений и описаний товара посредством каталогов, буклетов, телекоммуникационных сетей, почтовой связи, телевидения и интернета.

Примеры приобретения потребителями товаров дистанционным способом:

- по каталогу с товарами потребитель может выбрать товар, позвонить и заказать, либо отправить заказ по электронной почте;
- заказ товара через Интернет-магазин;
- в магазине при заказе товара потребитель выбирает его по каталогу и образцам, которые предоставляет продавец;



– при просмотре телепередачи потребитель увидел рекламу с предложением приобрести какой-то товар (телемагазин), позвонил продавцу и заказал товар и т.д.

Во всех представленных примерах у потребителя отсутствовал непосредственный контакт с товаром и ознакомление с товаром произошло по видеороликам, фотографиям, описаниям к ним и пр.

На сегодня специальной дефиниции дистанционной торговли в законодательстве Республики Казахстан не предусмотрено.

Учеными даются различные этимологии дистанционной торговли. Например, А.В. Величковский термин «дистанционная торговля» рассматривает как «любая реализация товара, которая исключает возможность непосредственного ознакомления с продукцией и прямое общение с продавцом» [8, с. 103]. Е.В. Авдейчикова считает, что дистанционная торговля представляет собой «сферу торговой деятельности, при которой продавец непосредственно не вступает в контакт с покупателем при заключении договора купли-продажи и выборе товара, а процесс продажи осуществляется посредством дистанционных способов реализации; интернет-магазина; почтовых каталогов; телемагазина, торговых автоматов и прочее» [9, с. 104]. К.В. Соловьев и Г.Ф. Чекмарев под дистанционной торговлей понимают «торговую деятельность по розничной купле-продаже товаров, осуществляемую вне стационарных мест продажи товаров без непосредственного общения продавца и покупателя в момент заключения договора розничной купли-продажи, с последующей обязательной доставкой товара от продавца покупателю» [10, с. 125]. Во всех представленных дефинициях дистанционной торговли указывается на отсутствие контакта между продавцом и покупателем. Данное утверждение является не совсем верным, к примеру, потребитель в магазине заказал товар по каталогу, который ему предоставил продавец. Таким образом, главным требованием, как упоминалось ранее является отсутствие у покупателя возможности непосредственного ознакомления с товаром.

На основании вышеизложенного, приходим к выводу, что дистанционная торговля – это одна из форм розничной торговли, где покупатель приобретает товар на основе предложенных продавцом изображений и описаний товара посредством каталогов, буклетов, телекоммуникационных сетей, почтовой связи, телевидения, информационных технологий или иными способами, исключая возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром.

Таким образом, данный способ реализации товаров имеет такие положительные стороны как приобретение товара, не выходя из дома, бесплатная доставка, стоимость товаров существенно ниже, чем в магазине, а также отрицательные – отсутствие возможности обследовать товар на наличие дефектов, соответствие размеров, расцветки и т.п. Потребитель видит товар только на фото или видеоролике, что существенно повышает риск приобретения товара, не отвечающего условиям безопасности и качества.

В Российской Федерации понятие дистанционной торговли закреплено в Гражданском кодексе РФ (ст. 497 «Продажа товара по образцам и дистанционный способ продажи товара»), в Законе РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ст. 26.1 «Дистанционный способ продажи товара»), в постановлении Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 (ред. от 04.10.2012) «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом».

Как указывалось выше дефиниция дистанционной торговли не закреплена в отечественном законодательстве.

Данную категорию необходимо унифицировать, чтобы она соответствовала единому подходу для всех правовых источников и дефиниций.

В этой связи, предлагается внести следующие изменения и дополнения в законодательство Республики Казахстан:

– заголовок статьи 450 Гражданского кодекса РК (Особенная часть) от 1 июля 1999 года № 409 изменить и изложить в следующей редакции: «Продажа товаров дистанционным способом»;

– внести изменения в часть 1 этой же статьи «Договор розничной купли-

продажи может быть заключен **дистанционным способом**»;

– изменить и дополнить ряд норм постановления Правительства РК «Об утверждении Правил розничной торговли вне торговых мест путем сетевого маркетинга, общественных распространителей, продажи по почте и другими способами» от 14 сентября 2005 года № 918 [11]:

а) заголовок изложить в следующей редакции: «Об утверждении Правил розничной торговли вне торговых мест путем сетевого маркетинга, общественных распространителей и **продажи дистанционным способом**»;

б) подпункт 1) пункта 4 изложить в следующей редакции «1) Дистанционный способ торговли – форма розничной торговли, при которой покупатель приобретает товар на основе предложенных продавцом изображений и описаний товара посредством каталогов, буклетов, телекоммуникационных сетей, почтовой связи, телевидения, информационных технологий или иными способами, исключая возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром»;

в) название раздела 3 изложить в следующей редакции «3. Осуществление розничной торговли вне торговых мест путем сетевого маркетинга, общественных распространителей и **продажа дистанционным способом**»;

г) название раздела 6 изложить в следующей редакции «Осуществление розничной торговли **дистанционным способом**»;

д) пункт 17 изложить в следующей редакции «17. При осуществлении торговли **дистанционным способом** оформляется заказ на покупку того или иного вида товара, определяется время и место доставки, а также способ оплаты приобретаемого товара»;

е) пункт 21 дополнить следующим содержанием «В случае отказа покупателя от товара надлежащего качества продавец возвращает денежную сумму, уплаченную потребителем по договору, за исключением расходов продавца на доставку возвращенного товара.

Во многих случаях защита нарушенных потребительских прав граждан еще недостаточно совершенна и эффективна, а в некоторых ситуациях затруднена по причине умышленного несоблюдения продавцом установленных законом обязательных требований в сфере защиты прав потребителей, связанных с доведением до потребителя полной и достоверной информации о продавце (что зачастую даже не позволяет определить надлежащего ответчика по делу). В этой связи важно обращать внимание на отзывы других потребителей о продавце, товаре и пр.

Список литературы:

1. Царук, І.М. Захист прав споживачів: зарубіжний досвід та уроки для України / І.М. Царук, Ю.Б. Шпильова // Вісник Маріупольського державного університету. Сер.: Економіка. 2014. №7. С. 65-77
2. О защите прав потребителей: Закон Республики Казахстан от 4 мая 2010 года № 274-IV. Режим доступа (http://adilet.zan.kz/rus/docs/Z100000274_1/). Дата обращения 26.04.2019.
3. Квятковская, Т.Г. Проблемы совершенствования законодательства о защите прав потребителей в Республике Казахстан: автореф. дис. на соиск. уч. степ. к.ю.н. защита: 14.06.2002: 12.00.03 / Квятковская Татьяна Григорьевна. – Алматы, 2002. – 33 с.
4. Friedman, B., Greve, M., Kockfield, A. E-Taxes: Between Cartel and Competition // AEI Federalist Outlook. – 2001. – № 8. P. 52
5. Operkent, A. The Law Problems of Electronic Economy // Journal of Monetary Economics. – 2001. – № 12. P. 25.
6. О регулировании торговой деятельности: Закон Республики Казахстан от 12.04.2004 г. № 544. Режим доступа (http://adilet.zan.kz/rus/docs/Z040000544_#z2_1/). Дата обращения: 25.04.2019.
7. Brown, R. Articles of the OECD Model Tax Convention on Income and on Capital, 2000. P. 55.
8. Величковский, А.В. Возврат товаров по договору розничной купли-продажи / А.В.Величковский // Гражданское право. 2011. № 1. С. 103-105.
9. Авдейчикова, Е.В. Анализ понятия «удаленная торговля» и ее особенности / Е.В. Авдейчикова // Сибирский торгово-экономический журнал. 2013. № 1. С.104-109.
10. Соловьев, К.В. Дистанционная торговля как объект правового регулирования / К.В. Соловьев, Г.Ф. Чекмарёв // Вестник МИЭП. 2016. № 3 (24). С.119-126.



11. Об утверждении Правил розничной торговли вне торговых мест путем сетевого маркетинга, общественных распространителей, продажи по почте и другими способами: постановление Правительства Республики Казахстан от 14 сентября 2005 года N 918. Режим доступа (http://10.61.43.123/rus/docs/P050000918_/). Дата обращения: 26.04.2019.

References:

1. Tsaruk I.M. Zakhyst prav spozhyvachiv: zarubizhnyy dosvid ta uroky dlya Ukrayiny / I.M.Tsaruk, J.B.Shpilevay // Visnyk Mariupol's'koho derzhavnoho universytetu. [Consumer protection: foreign experience and lessons for Ukraine] Seriya: Ekonomika, 2014, № 7. P. 65-77.
2. O zashchite prav potrebiteley: Zakon Respubliki Kazakhstan ot 4 maya 2010 goda №. 274-IV [The Law of the Republic of Kazakhstan «On Protection of Consumer Rights» dated 4 May 2010 №. 274-IV.] Access mode (http://adilet.zan.kz/rus/docs/Z100000274_/). Access Date: 26.04.2019.
3. Kvyatkovskaya T. G. Problemy sovershenstvovaniya zakonodatel'stva o zashchite prav potrebiteley v Respublike Kazakhstan: [Problems of improvement of legislation on consumer protection in the Republic of Kazakhstan] avtoref. dis. na soisk. uch. step. k.yu.n. zashchita: 14.06.2002: 12.00.03 / Kvyatkovskaya Tatyana Grigorevna – Almaty, 2002. – 33 p.
4. Friedman, B., Greve, M., Kockfield, A. E-Taxes: Between Cartel and Competition // AEI Federalist Outlook. – 2001. – № 8. P. 52
5. Operkent, A. The Law Problems of Electronic Economy // Journal of Monetary Economics. – 2001. – № 12. P. 25.
6. O regulirovanii trgovoy deyatel'nosti: Zakon Respubliki Kazakhstan ot 12 aprelya 2004 goda №. 544. [Law of the Republic of Kazakhstan «On regulation of trading activities» dated 12 April, 2004 №. 544.] Access mode (http://adilet.zan.kz/rus/docs/Z040000544_#z2/). Access Date: 25.04.2019.
7. Brown, R. Articles of the OECD Model Tax Convention on Income and on Capital, 2000. P. 55.
8. Velichkovskiy A.V. Vozvrat tovarov po dogovoru roznichnoy kupli-prodazhi: A.V. Velichkovskiy // Grazhdanskoye pravo. [Return of goods under the contract of retail sale // Civil right.] 2011. № 1. P. 103-105.
9. Avdeychikova Ye.V. Analiz ponyatiya «udalennaya trgovlya» i yeye osobennosti / Ye.V. Avdeychikova // Sibirskiy trgovno-ekonomicheskiy zhurnal. [Analysis of the concept of «remote trading» and its features] 2013. № 1. P.104-109.
10. Solovyov K.V. Distantsionnaya trgovlya kak ob"yekt pravovogo regulirovaniya / K.V. Solovyov., G.F. Chekmarev // Vesnik MIEP. [Distance trade as an object of legal regulation] 2016. № 3 (24). P.119-126.
11. Ob utverzhenii Pravil roznichnoy trgovli vne trgovykh mest putem setevogo marketinga, obshchestvennykh rasprostraniteley, prodazhi po pochte i drugimi sposobami: postanovleniye Pravitel'stva RK ot 14 sentyadrya 2005 goda №. 918 [Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan «About the approval of Rules of retail trade out of trade places by network marketing, public distributors, sale by mail and other ways» dated 14 September, 2005 №. 918.]. Accessmode(http://10.61.43.123/rus/docs/P050000918_/). Access Date: 26.04.2019.