

УДК 347

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВЛИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А. В. БЕЛОУСОВА

(Представлено: П. В. СОЛОВЬЁВ)

В статье рассматривается правовое регулирование интернет-торговли, в частности, в социальных сетях. Отмечается необходимость совершенствования законодательства в данной области.

Сегодня торговля через интернет приобретает все большую популярность. Потребитель, не выходя из дома, через интернет-магазин может выбрать себе нужный товар, дистанционно оплатить его и ждать доставку этого товара продавцом прямо на дом. Однако многие приобретают товары не только посредством интернет-магазина, но и через социальные сети, в то время как активное правовое регулирование их деятельности начало разрабатываться сравнительно недавно.

Правовое регулирование интернет-торговли в Республике Беларусь имеет свою историю. Цели изменений правовых норм о торговле через интернет преследовали в первую очередь следующую задачу: контроль со стороны государственных органов за данным сегментом рынка. Поэтому для интернет-торговли в Республике Беларусь установлены специальные правила о торговле только через интернет-магазины, зарегистрированные в Торговом реестре (п.3 ст. 16 Закона о государственном регулировании торговли и общественного питания) [1].

В Республике Беларусь продажа товаров в интернете признается розничной торговлей по образцам вне торгового объекта. Торговля по образцам – это форма розничной торговли, осуществляемая без (вне) торговых объектов путем продажи товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому без одновременного присутствия продавца и покупателя, на основании ознакомления покупателя с предложенными продавцом описаниями товаров, содержащимися в каталогах, проспектах, рекламе, буклетах или представленными в фотографиях или иных информационных источниках, рассылаемых продавцом неопределенному кругу лиц с использованием услуг операторов почтовой связи или распространяемых в средствах массовой информации или любыми другими способами в соответствии с законодательством, в том числе в сети Интернет, исключаяющими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товарами или их образцами до момента и в момент заключения договора (абз. 4 п. 2 Правил продажи товаров при осуществлении розничной торговли по образцам, утвержденных постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15.01.2009 № 31). Розничная торговля через интернет-магазин – это один из вариантов розничной торговли по образцам. Предложение товаров при осуществлении розничной торговли по образцам признается публичной офертой, если оно содержит все существенные условия договора. Договор, содержащий все существенные условия, считается заключенным в момент получения продавцом, направившим оферту, ее акцепта, направленного покупателем посредством телефонной, почтовой, электронной или иной связи, в том числе посредством использования сети Интернет, а также иным способом, не запрещенным законодательством, позволяющим достоверно установить, что акцепт исходит от покупателя (п. 8 Правил продажи товаров № 31) [2].

Таким образом, продавец обязан заключить договор купли-продажи товара на условиях, размещенных на сайте интернет-магазина в момент заказа товара потребителем (получения продавцом акцепта потребителя) посредством корзины, телефонного звонка или иным указанным на сайте способом, т.е. продать товар по цене, указанной на сайте в момент заказа его потребителем. Продавец не имеет права изменять условия договора купли-продажи после акцепта, направленного потребителем, в том числе изменять цену товара. То есть, если потребитель осуществил заказ товара в интернет-магазине, и продавец подтвердил принятие заказа на товар по цене, указанной на сайте интернет-магазина, а позже потребителю было направлено уведомление о повышении стоимости на товар, то действия продавца будут неправомерны. В данном случае у потребителя есть несколько способов защиты своих прав, например, обратиться к продавцу товара с письменной претензией, указав требование о продаже товара по цене, заказанной потребителем, с приложением подтверждающих документов (направить почтой заказным письмом с уведомлением либо по электронному адресу) либо сделать запись в книге замечаний и предложений продавца; обратиться в местный исполнительный и распорядительный орган (по месту нахождения продавца или по месту проживания потребителя) для урегулирования спора в досудебном порядке или составления искового заявления в суд и представления в суде интересов потребителя.

В соответствии с пунктом 3 Правил продажи товаров № 31, при розничной торговле по образцам не допускается продажа алкогольных, слабоалкогольных напитков и пива; биологически активных добавок к пище; ветеринарных средств; лекарственных средств; оружия и патронов к нему; пиротехнических

изделий бытового назначения; семян мака; табачных изделий, жидкостей для электронных систем курения; ювелирных и других бытовых изделий, сусального золота и сусального серебра, монет из драгоценных металлов, мерных слитков и ограненных драгоценных камней [2].

Договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления покупателя с образцом товара (его описанием, каталогом товаров и т.п.), предложенным продавцом. Договор розничной купли-продажи товара по образцу считается исполненным с момента доставки товара в место, указанное в договоре, а если место передачи товара договором не определено, – с момента доставки товара покупателю по месту жительства гражданина или месту нахождения юридического лица. При этом покупатель вправе отказаться от исполнения договора розничной купли-продажи до передачи товара при условии возмещения продавцу необходимых расходов, понесенных в связи с совершением действий по выполнению договора (ст. 467 Гражданского Кодекса Республики Беларусь) [3].

Таким образом, продажа товаров в интернете довольно полно регламентируется белорусским законодательством, однако многие продают товар через социальные сети, исходя из этого, наиболее актуальным на сегодняшний день является следующий вопрос: можно ли продавать товары через социальную сеть, согласно законодательству Республики Беларусь?

Для того, чтобы ответить на данный вопрос, стоит разобраться с понятием «интернет-магазин». В соответствии с пунктом 3 статьи 16 Закона о государственном регулировании торговли и общественного питания интернет-магазин – это информационный ресурс, позволяющий в сети Интернет выбрать товары и с использованием этого информационного ресурса сформировать заказ на приобретение товаров для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью [1]. Действующее законодательство информационный ресурс определяет как организованную совокупность документированной и взаимосвязанной информации, включая базы данных, в информационных системах. Из анализа указанной нормы можно сделать вывод, что информационным ресурсом в сети Интернет может быть не только сайт, но и иной объект, соответствующий определенным признакам (к примеру, мобильное приложение). Ранее интернет-магазином считался именно сайт. На практике в настоящий момент зарегистрировать интернет-магазин можно только при наличии доменного имени. Это позволяет говорить, что наличие сайта или отдельной страницы на сайте - необходимое условие интернет-торговли.

Требования к соблюдению законодательства об интернет-торговле распространяются исключительно на субъектов розничной торговли, реализующих имущество (предметы личного, семейного, домашнего потребления, продукция производственно-технического назначения и иное имущество в силу п. 32 ст. 1 Закона о государственном регулировании торговли и общественного питания). Соответственно, если с помощью сети Интернет реализуются работы или услуги, регистрировать интернет-магазин в Торговом реестре Республики Беларусь не нужно. Не распространяется вышеназванное требование также на субъектов, осуществляющих в сети Интернет исключительно оптовую торговлю [1].

Таким образом, субъект розничной интернет-торговли должен соблюдать следующие требования:

1) Как уже отмечалось выше, компания или предприниматель вправе осуществлять розничную торговлю онлайн только через интернет-магазины, зарегистрированные в Торговом реестре.

2) Для интернет-торговли необходимо использовать доменное имя, права на которое получены в предусмотренном белорусским законодательством порядке, а сайт магазина должен размещаться на сервере, находящемся на территории Республики Беларусь. Данное требование вытекает из пункта 3 статьи 19 Закона о государственном регулировании торговли и общественного питания [1]. Белорусское законодательство регулирует регистрацию в доменных зонах .бел и .by. Несмотря на это, на практике Торговый реестр Республики Беларусь содержит данные о некоторых зарегистрированных интернет-магазинах в зонах .com, .org и .ru. Социальные сети "ВКонтакте", "Фейсбук", "Инстаграм" не соответствуют указанному требованию.

3) Интернет-магазин должен содержать определенную информацию как о товарах, так и о владельце магазина. Согласно законодательству о торговле и защите прав потребителей на сайте Интернет-магазина обязательно должна быть указана следующая информация: информация о продавце (наименование, место нахождения, УНП, дата регистрации в Торговом реестре, время работы Интернет-магазина); информация о товаре (наименование товара, гарантийный срок, если он установлен, цена и условия оплаты (по общему правилу, указание цены в условных единицах или иностранной валюте, в том числе рядом с ценой в белорусских рублях не допускается), наименование, место нахождения изготовителя и импортера и т.д.); иная обязательная информация (образец кассового чека, формы оплаты товара). Отсутствие данной информации уже свидетельствует о том, что продавец недобросовестно пытается работать на рынке интернет-продаж. Однако потребитель может проверить, зарегистрирован ли определенный интернет-магазин в Торговом реестре на сайте Министерства антимонопольного регулирования и торговли.

4) Согласно Закону о защите прав потребителей продавец обязан предоставить покупателю выбор способа оплаты: наличными денежными средствами или в безналичной форме. Стоит отметить, что на сегодняшний день в условиях стремительного развития торговли товарами через интернет-магазины возникают серьезные сложности при осуществлении, в первую очередь, налогового контроля в данной сфере

и пресечению правонарушений. И важным моментом здесь является установление факта наличия реализации товаров посредством сети Интернет.

5) Что касается документов, которые потребитель может запросить у продавца и которые ему обязаны предоставить, это фактически вся перечисленная выше информация. Она должна быть доведена до сведения потребителя на сайте. При передаче товара информация также должна содержаться в прилагаемой к нему документации либо на потребительской упаковке, этикетках или передаваться иным способом, принятым для отдельных видов товаров. Например, это может быть инструкция по эксплуатации, технический паспорт. Если это технически сложный товар, обязателен гарантийный талон.

Дополнительно продавец может устно предоставить потребителю сведения об обязательном подтверждении соответствия товаров, подлежащих обязательному подтверждению соответствия. Кроме того, продавец может устно сообщить рекомендации или ограничения по использованию товара, наименование и местонахождение юридического лица, уполномоченного на доставку, установку, подключение и наладку товара. По просьбе покупателя продавец должен предоставить информацию о количестве и комплектности товара, а также сведения о классах энергоэффективности товаров. Такая информация может сообщаться по требованию покупателя письменным способом, который определяется соглашением сторон. Например, по электронной почте, или она может быть отправлена в письменном виде по почте.

б) При получении оплаты за товары наличными должен выдаваться кассовый чек.

Законодательство позволяет продавцам использовать иные, помимо зарегистрированного интернет-магазина, информационные ресурсы для размещения информации о товарах. Однако необходима ссылка на зарегистрированный в Торговом реестре Республики Беларусь интернет-магазин.

Таким образом, если на странице в «ВКонтакте», «Фейсбуке» или «Инстаграме» есть информация о товарах — их описание, цена, отзывы потребителей и гиперссылка на зарегистрированный в Торговом реестре Республики Беларусь интернет-магазин, продавец вправе использовать социальную сеть для продвижения товаров, т.е. реклама.

Законодательство Республики Беларусь закрепляет в п. 1 ст. 161 "Письменная форма сделки" Гражданского Кодекса возможность совершения сделок путем составления электронного или иного текстового сообщения. Такие сообщения должны быть оформлены с использованием средств связи, позволяющих достоверно установить отправителя. Однако очевидное условие нормального функционирования подобного порядка — добросовестность участников гражданского оборота. Она хотя и презюмируется законодателем, но на практике все же должна подвергаться разумным сомнениям. Законодатель это осознает. Поэтому и разрешает заключить договор путем обмена электронными или иными текстовыми сообщениями, лишь если можно достоверно установить, что автор сообщения — потенциальный контрагент. Проблема же заключается в том, что критерии достоверности однозначно не определены.

Кроме упомянутой выше проблемы добросовестности участников гражданского оборота есть еще проблема, как определить наличие всех существенных условий договора в переписке. И вопрос о полномочиях на заключение договора у конкретного лица, которое направило электронное сообщение. Причем даже если сообщение пришло с верифицированного электронного адреса.

По информации Министерства антимонопольного регулирования и торговли (МАРТ) наиболее частыми нарушениями со стороны продавцов являются: указание цены не в белорусских рублях; отсутствие на сайте информации о сроки доставки товара, цене товара, о наименовании изготовителя товара; отсутствие на сайте образца документа, подтверждающего оплату.

Таким образом, при реализации работ и услуг через социальные сети нормы о торговле через интернет-магазин не применяются. Другими словами, указанные выше требования и ограничения обязательны к соблюдению исключительно при торговле товарами. То есть организация или ИП вправе продавать через «Инстаграм», например, маркетинговые услуги и т.д.

Также требования об интернет-торговле не распространяется на продажу товаров иностранцам, включая, но не ограничиваясь, понятием «интернет-магазина» и требований к нему. Соответственно, если белорусы не являются целевой аудиторией продавца, продавать товары через «Инстаграм» допустимо.

Можно сделать вывод, что осуществлять продажу товаров через социальные сети по законодательству Республики Беларусь нельзя. В социальных сетях продавец может рекламировать товары, соблюдая требования законодательства о рекламе и (или) разместить ссылку на интернет-магазин, где покупатель сможет оформить заказ.

Кроме этого, развитие торговли через интернет, в частности, через социальные сети, внесло множество правовых вопросов. И первостепенным вариантом в решении данных проблем является осуществление государственной политики, направленной на создание единой нормативно-правовой базы, регламентирующей торговлю через социальные сети, которая с каждым годом все более активно набирает обороты в Республике Беларусь.

ЛИТЕРАТУРА

1. О государственном регулировании торговли и общественного питания: Закон Респ. Беларусь, 8 января 2014 г. № 128-З Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2022.
2. Об утверждении Правил продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли: Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 15 января 2009 г. № 31 Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2022.
3. Гражданский кодекс Республики Беларусь: 7 декабря 1998 г. № 218-З: принят Палатой представителей 28 октября 1998 года: одобрен Советом Республики 19 ноября 1998 года. // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2022) [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант плюс».