

DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2411-118X-2023-1-88-93>

Вопрос ответственности зарубежных интернет-магазинов за неисполнение и ненадлежащее исполнение договора дистанционной купли-продажи

И. А. Рубцов

аспирант Института законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации.

Адрес: ФГНИУ «Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации», 117218, Москва, ул. Б. Черемушкинская, д. 34.
E-mail: iarubtsov@outlook.com

The Issue of Responsibility of Foreign Online Stores for Non-Performance and Improper Performance of the Distance Purchase and Sale Agreement

I. A. Rubtsov

Post-Graduate Student of the Institute of Legislation and Comparative Law under the Government of the Russian Federation.

Address: Institute of Legislation and Comparative Law under the Government of the Russian Federation,

44 B Cheremushkinskaya Street, **Moscow, 117218, Russian Federation.**
E-mail: iarubtsov@outlook.com

Аннотация

Ввиду активного развития информационно-телекоммуникационных технологий онлайн-торговля с каждым годом увеличивает свои обороты. В настоящее время электронная коммерция, оказавшая существенное влияние на изменение особенностей современной потребительской модели и создавшая новые предпосылки для дальнейшей трансформации отечественного и международного законодательства в сфере торговли, является одним из главных секторов экономики большинства стран. Вместе с этим растет и количество товаров, приобретаемых российскими гражданами в зарубежных интернет-магазинах. Однако в связи с отсутствием четкой правовой регламентации отношений, возникающих в результате интернет-покупок в зарубежных онлайн-магазинах или маркетплейсах, на практике возникает множество проблем, связанных с неисполнением зарубежными продавцами своих обязательств перед российскими гражданами в полном объеме. В статье рассматриваются некоторые особенности правового регулирования отношений, возникающих между российскими покупателями и продавцами, которыми являются зарубежные интернет-магазины. В частности, автор уделяет внимание исследованию ключевых критериев, свидетельствующих о направленности деятельности зарубежных интернет-магазинов на российский рынок, а также вопросу последующей ответственности данных субъектов в случае неисполнения и ненадлежащего исполнения требований, установленных договором купли-продажи, заключенным дистанционным способом в Интернете.

Keywords: интернет-торговля, электронная коммерция, дистанционная торговля, продавец, покупатель, ориентированность, российский рынок, защита прав потребителей, санкции, транзакции.

Abstract

Due to the active development of information and telecommunication technologies, online trading is increasing its turnover every year. Currently, e-commerce, which has had a significant impact on changing the features of the modern consumer model and created new prerequisites for the further transformation of domestic and international legislation in the field of trade, is one of the main sectors of the economy in most countries. At the same time, the number of goods purchased by Russian citizens in foreign online stores is also growing. However, due to the lack of a clear legal regulation of relations arising from online purchases in foreign online stores or marketplaces, in practice there are many problems associated with the failure of foreign sellers to fulfill their obligations to Russian citizens in full. The article discusses some features of the legal regulation of relations between Russian buyers and sellers, which are foreign online stores. In particular, the author pays attention to

the study of key criteria that indicate the focus of foreign online stores on the Russian market, as well as the issue of the subsequent liability of these entities in case of non-fulfillment and improper fulfillment of the requirements established by the sale and purchase agreement concluded remotely on the Internet.

Ключевые слова: online commerce, e-commerce, distance selling, seller, buyer, focus, Russian market, consumer protection, sanctions, transactions.

Одной из ключевых современных тенденций международного цивилизационного процесса является постепенное становление глобального информационного общества, которое прежде всего характеризуется высокой степенью развития телекоммуникационных технологий и их широким использованием, а также увеличением объектов информационной инфраструктуры в целом. Практически все сферы жизнедеятельности человека в настоящее время в значительной мере переживают трансформацию информационных технологий, в том числе и торговля. Согласно статистическим данным российского аналитического агентства Data Insight, число заказов в интернет-магазинах и на маркетплейсах на отечественном рынке онлайн-ритейла в 2020 г. увеличилось на 78% и достигло отметки в 830 млн, а в денежном эквиваленте был зафиксирован резкий скачок роста рынка на 50%, до 3,1 трлн рублей [4]. Такое значительное увеличение общего количества покупок, совершенных дистанционным путем за весьма короткий промежуток времени, объясняется тем, что электронная коммерция как альтернативный метод купли-продажи товаров сама по себе является достойной заменой классической модели торговой деятельности, так как упрощает и сокращает по времени процесс поиска, выбора, ознакомления и последующей покупки товара; исключает личностный фактор; снижает расходы продавца, необходимые для аренды или покупки торговых площадей и т. д. Более того, пандемия новой коронавирусной инфекции COVID-19, которая началась в конце 2019 г. и продолжается до сих пор, в целом внесла ряд коррективов в поведенческую модель огромного числа потребителей: самоизоляция и меры социальной дистанции выступили в роли катализатора к переходу большого числа покупателей от традиционных форм потребления товаров и услуг к онлайн-формату. Так, например, агентством Data Insight было зафиксировано, что более половины тех, кто ранее не пользовался интернет-магазинами, стали чаще делать покупки онлайн с момента введения органами

власти режима самоизоляции и иных ограничительных мер [1].

Несмотря на преимущества дистанционной торговли как способа купли-продажи товаров, такой вид коммерции зачастую превращает покупателя в менее защищенное звено, а продавца делает полностью обезличенным. В ряде случаев существующий механизм правовой защиты каждой из сторон дистанционного договора купли-продажи в рамках гражданского процесса характеризуется высокой степенью неэффективности ввиду наличия определенных противоречий в законодательстве и отсутствия четкой системы нормативных актов и предписаний в области онлайн-коммерции.

В российской правовой доктрине до сих пор остается открытым вопрос в контексте дискуссии о возможности применять национальное законодательство о защите прав потребителей либо отдельные его положения к отношениям, связанным с осуществлением дистанционной интернет-торговли трансграничным способом. Ввиду того, что с каждым годом россияне все чаще осуществляют онлайн-покупки в зарубежных интернет-магазинах, многие из которых имеют высокую степень клиентоориентированности для российского покупателя, проблема правового регулирования подобных рыночных отношений представляет особый интерес для исследователей. Согласно статистике, количество споров с участием иностранных магазинов в Российской Федерации в последние годы активно растет. Так, с 2010 г. количество экономических споров с участием зарубежных торговых площадок или маркетплейсов увеличилось более чем в шесть раз [2].

Процесс покупки в зарубежных магазинах не имеет каких-либо значительных отличий от приобретения товаров на российском рынке. В свою очередь сам факт того, что физически продавец находится в другой стране, а сайт интернет-магазина зарегистрирован на зарубежном домене, безусловно, является осложняющим элементом спорных ситуаций, возникающих между продавцом и покупателем в этой области дистанционной торговли. На практике суды доволь-

но неохотно принимают иски к иностранным интернет-продавцам из-за того, что в таких ситуациях может возникнуть ряд трудностей, связанных с уведомлением продавцов о начале судебного процесса, а также выбором права, подлежащего применению. Роспотребнадзор в своих информационных документах неоднократно указывал, что для разрешения проблемных ситуаций, связанных с вступлением российских граждан в правоотношения по приобретению товаров или услуг у лица, которое физически находится за рубежом, необходимо предварительно определить возможные действия права, подлежащего применению к соответствующему договору¹.

Известно, что вопросы применения международного частного права возникают при рассмотрении судами множества споров различных категорий, в том числе и при возникновении разногласий ввиду неудачных покупок в иностранных интернет-магазинах. Так, в 2019 г. в силу вступило Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации «О применении норм международного частного права судами Российской Федерации», которое разъясняло ключевые вопросы российской судебной практики, связанной с иностранными субъектами правоотношений. В документе сказано, что российские суды применяют нормы международного частного права, когда участником гражданско-правового отношения является иностранное лицо либо гражданско-правовое отношение осложнено иным иностранным элементом, в том числе когда объект гражданских прав находится за границей².

Одна из наиболее примечательных частей данного акта посвящена разъяснениям по вопросам покупок через Интернет у зарубежных продавцов, в частности, в каких случаях к конкретному спору возможно будет применить российские нормы о защите прав потребителей. Важно заметить, что в соответствии с законодательством о дистанционной торговле в настоящий момент критерии направленности коммерческой

деятельности иностранного лица на российского покупателя и российский рынок детально не определены. Однако указанное выше Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации предоставляет довольно подробные разъяснения судам нижестоящих инстанций, определяющие некоторые условия, на которые стоит ориентироваться при рассмотрении исков российских потребителей против оказывающих трансграничные услуги иностранных интернет-магазинов или онлайн-площадок. Соответствие иностранного магазина перечисленным в документе критериям в свою очередь является основанием для применения норм российского права в спорных случаях.

Так, согласно судебному акту, требования можно распространить на компании, направляющие свою деятельность «на территорию страны места жительства потребителя или территорию нескольких стран, включая территорию страны места жительства потребителя», т. е. Российскую Федерацию. К примеру, в документе говорится, что русскоязычная версия иностранного интернет-магазина или возможность показа цен в российской валюте уже свидетельствуют о российской направленности магазина. Более того, если исходя из содержания веб-сайта иностранного онлайн-магазина следует, что информация о товарах (услугах) непосредственно предназначается для потребителей, владеющих русским языком, то на деятельность продавца также возможно распространение норм законодательства о защите прав потребителей.

Вместе с тем в случае размещения рекламы владельцами сайтов на российском интернет-пространстве Верховный суд сочтет это основанием для привлечения их к ответственности в соответствии с российским законодательством. Подобное регулирование распространяется и на зарубежные интернет-магазины, имеющие офисы и официальные представительства на территории Российской Федерации.

Верховный Суд Российской Федерации разъясняет, что в ситуациях, когда магазин соответствует какому-либо из перечисленных выше критериев, применение нормы российского права о защите прав потребителей считается возможным. В этом случае потребитель в российском суде освобождается от уплаты государственной пошлины (по искам до 1 млн рублей), а с продавца взыскивается штраф за невыполнение законных требований покупателя. Суд также в соот-

¹ Информационное письмо Роспотребнадзора «О возможности применения национального законодательства о защите прав потребителей к покупкам в зарубежных интернет-магазинах». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_330203/

² Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 9 июля 2019 г. № 24 «О применении норм международного частного права судами Российской Федерации». – URL: <https://rg.ru/2019/07/17/vs-dok.html/>

ветствии с пунктом 6 статьи 13 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» начисляет 50% дополнительно к сумме иска за несоблюдение в добровольном порядке требований потребителя.

Судебная практика свидетельствует о том, что российским покупателям неоднократно удавалось добиться справедливости в спорах с иностранными продавцами. Например, житель Самары обратился в суд с иском о том, что в интернет-магазине AliExpress был приобретен товар, который в течение четырех месяцев с момента отправки так и не был доставлен¹. Истец указывает, что в адрес ответчика была направлена претензия о расторжении договора купли-продажи и возврате оплаченных денег за товар. Несмотря на то что 10 января 2019 г. претензия ответчиком была получена, на момент подачи иска требования так и не были исполнены. С учетом последующих уточнений гражданин просил суд расторгнуть договор купли-продажи, а также взыскать с продавца в свою пользу стоимость товара, судебные расходы, компенсацию морального вреда и неустойку со дня вынесения решения суда по день фактического исполнения обязательства и затраты на проведение судебной экспертизы. В итоге суд удовлетворил требования истца в полном объеме, учитывая, что в ходе рассмотрения дела в суде доводы истца о невыполненной доставке товара подтвердились, ответчик в добровольном порядке требования потребителя, изложенные в претензии о расторжении договора и возврате уплаченных за товар денежных средств, не исполнил. При этом в исковом заявлении четко прописано, что ответчиком является юридическое лицо ООО «Алибаба.ком (РУ)» – официальное российское подразделение компании, что значительно упрощает процесс разбирательства и последующего исполнения решения суда ответчиком.

Несколько сложнее обстоит разрешение споров с иностранными магазинами, ориентированными на российских покупателей, но не имеющими официального представительства в России. Весной 2019 г. житель Екатеринбурга добился рассмотрения в местном суде иска к торговой интернет-площадке eBay. В начале 2018 г. он

заказал через сайт eBay фотоаппарат стоимостью 42 405 рублей. Товар был оплачен с помощью системы PayPal. В соответствии с предварительной договоренностью сторон заказ должен был быть доставлен в штат Делавэр США, а оттуда российский перевозчик должен был переправить в Екатеринбург. Тем не менее впоследствии фотоаппарат так и не был получен. Мужчина обратился с иском к компании eBay Marketplaces GmbH в Кировский районный суд Екатеринбурга. Однако суд прекратил производство по делу. Свои доводы он мотивировал тем, что ответчик находится в США и не имеет на территории России имущества, органа управления, филиала или представительства. Суд отметил, что истец присоединился к пользовательскому соглашению, в соответствии с которым любой конфликт между ним и eBay регулируется законами штата Юта. Затем покупатель подал жалобу на это определение в Свердловский областной суд. Судебная коллегия не согласилась с судом первой инстанции и указала, что согласно Гражданскому процессуальному кодексу Российской Федерации, иски о защите прав потребителей могут быть предъявлены в суд по месту жительства или месту пребывания истца. Суды вправе рассматривать дела с участием иностранных лиц, если ответчик распространяет рекламу в интернете, направленную на привлечение внимания потребителей из России. При этом сайт eBay также является русифицированным, что свидетельствует о желании продавца привлечь российских покупателей. Согласно материалам дела, в декабре того же года в адрес ответчика судом по электронной почте были направлены судебные извещения о вызове представителя в суд к определенной дате. При этом материалы дела не содержат каких-либо сведений о вручении ответчику искового заявления с нотариально заверенным переводом, в электронных письмах нет вложенных файлов, что ставит под сомнение надлежащее извещение ответчика и получение им искового заявления [3]. Вероятно, компания даже не знала о споре с покупателем в российском суде. Это свидетельствует о явной сложности, связанной с самим процессом обмена судебными и иными документами между сторонами на территории разных государств. Возможно, создание электронной платформы или онлайн-сервиса по урегулированию споров потребителей в сфере электронной коммерции на международном уровне значи-

¹ Решение Октябрьского районного суда г. Самары от 9 июля 2019 г. по делу № 2-1864/2019. – URL: <https://sudact.ru/regular/doc/Yq1QNu53xN6R/>

тельно облегчит подобную процедуру документообмена, в том числе с иностранными субъектами.

Некоторые шаги в данной сфере на национальном уровне уже сделаны. Так, в мае 2021 г. Государственная Дума Российской Федерации приняла в первом чтении поправки в Закон «О защите прав потребителей». В соответствии с новыми изменениями у интернет-покупателей появится возможность предъявлять претензии к онлайн-магазинам и вести споры в режиме онлайн через электронный портал «Госуслуги». Благодаря сервису покупатель сможет в электронной форме обращаться с претензиями к российским и зарубежным компаниям и торговым интернет-сервисам через их онлайн-представителей в России. В процессе урегулирования спора гражданин сможет воспользоваться некоторыми альтернативными опциями, например, вернуть товар, произвести его замену на другой или получить промокод и скидку на будущие покупки. Иными словами, обе стороны в электронной форме смогут достичь согласия и выбрать приемлемый вариант решения проблемы. Данная процедура будет бесплатной. Авторы законопроекта утверждают, что подобное нововведение окажет положительное влияние на защиту прав потребителей в области интернет-коммерции и в значительной мере снизит нагрузку на судебную систему. Более того, подобный специализированный онлайн-сервис поможет полноценно обеспечить условия для эффективной защиты прав покупателей и повысит степень доверия граждан к сфере онлайн-торговли, в том числе и к зарубежным интернет-магазинам [4].

До настоящего времени механизм онлайн-урегулирования споров между покупателем и продавцом в России отсутствовал, в то время как в Европе такая практика существует с 2016 г. Необходимость подобного сервиса также обусловлена резко возросшим числом потребительских жалоб и претензий, связанных с онлайн-покупками и оказанием онлайн-услуг.

Несмотря на указанные сложности, рассмотренный выше пример свидетельствует о том, что у покупателей есть возможность рассчитывать на грамотное рассмотрение спора с иностранным продавцом в российском суде, а впоследствии – на защиту своих прав в рамках законодательства о защите прав потребителей Российской Федерации. В то же время сама реализация и исполнение решения, вынесенного в пользу потреби-

теля, – относительно долгий процесс. Связано это с тем, что данная процедура, очевидно, будет происходить на территории иностранного государства и в соответствии с определенными процессуальными особенностями его законодательства. Известно, что для того чтобы обеспечить возможность принудительного исполнения решения на территории иностранного государства, необходимо легализовать это решение в совершенно другой юрисдикции, а это – длительный процесс и новые проблемы [5]. Согласно некоторым разъяснениям Федеральной службы судебных приставов, исполнение решений российских судов в зарубежных странах возможно осуществить только в случае, если между Российской Федерацией и иностранным государством (на территории которого проживает должник и находится его имущество) заключен договор, который предусматривает взаимное признание и исполнение судебных решений. В случае отсутствия соответствующих международных соглашений приставы также не имеют возможности обратиться с запросами об оказании правовой помощи к органам иностранных государств, например, чтобы установить адрес должника или наличие у него имущества.

В связи с этим представляется возможным утверждать, что данный вопрос до сих пор является открытым и характеризуется отсутствием четкой нормативно-правовой базы. Возможно, решение проблемы заключается в качественной разработке правовых механизмов исполнительного производства в отношении иностранных лиц, находящихся на территории зарубежных юрисдикций, с которыми Российская Федерация на данный момент не имеет договоров о взаимной юридической помощи по делам гражданско-правового характера.

Необходимо также дополнить нормы существующего российского законодательства положениями, закрепляющими четкие критерии правоотношений, возникающих между покупателями и иностранными продавцами, которые будут попадать в поле российского правового регулирования.

Таким образом, распространение российских правовых норм на действия зарубежных интернет-магазинов на практике возможно только в случае, если зарубежные интернет-магазины могут рассматриваться как непосредственно ориентированные на российских потребителей. В качестве основных критериев ориентированности ма-

газина на российский рынок можно выделить русскоязычный интерфейс сайта, выражение цен в российских рублях, оплату покупки в рублях или через российский банк, указание на сайте контактных телефонов с российскими кодами, наличие официального представительства в России или иные аналогичные доказательства, свидетельствующие о том, что продавец готов заключить договор купли-продажи именно с гражданами Российской Федерации (например, если владелец сайта заказывал услуги, направленные на повышение цитируемости его сайта у российских пользователей сети Интернет).

Вместе с тем важно отметить, что вследствие объективных сложностей исполнения решений на территории определенных стран, а также некоторых аспектов самого судебного процесса, например, отправки необходимых судебных документов в ответчику, правовое регулирование отношений между покупателями и зарубежными интернет-магазинами не имеет четкой законодательной базы и, бесспорно, требует тщательной проработки с учетом всех нюансов и тонкостей таких правоотношений.

Список литературы

1. *Андреева А. Ю.* Электронная торговля: проблемы и перспективы // *ТСотт: Телекоммуникации и транспорт.* – 2009. – № S3. – С. 55–57.
2. *Зайченко И. М.* Дистанционная торговля как один из способов реализации стратегии развития бизнеса // *Экономические реформы в России. Тенденции и перспективы : сборник научных трудов.* – СПб. : Издательство Политехнического университета, 2012.
3. *Мажорина М. В., Терентьева Л. В., Шахназаров Б. А.* Международное частное право в условиях развития информационно-телекоммуникационных технологий // *Актуальные проблемы российского права.* – 2019. – № 5 (102). – С. 169–182.
4. *Морозова М. А.* Суперсервисы как способ цифровизации госуслуг // *Хронэкономика.* – 2019. – № 6 (19). – С. 55–59.
5. *Степаненко Е. М.* Электронная коммерция в России. Основные вопросы // *Хозяйство и право.* – 2000. – № 12. – С. 23–37.