

ПРОБЛЕМА ТОРГОВЛИ И РЕАЛИЗАЦИИ НЕСЕРТИФИЦИРОВАННОЙ ПРОДУКЦИИ ПОСРЕДСТВОМ ИНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМ (ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ)

Кочнев М.Е.

Научный руководитель: Шестакова Л.А.

*Россия, г. Самара,
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева*

***Аннотация.** Современная ситуация, связанная с продажей несертифицированной продукции посредством интернет-дистрибьюторов и магазинов-аккаунтов в социальных сетях в России подразумевает риски для потребителя, приобретение некачественного товара, который может нанести угрозу не только его бюджету, но и причинить реальный вред здоровью. Статья посвящена теме оперативного законодательного урегулирования вопросов, касающихся динамично развивающейся отрасли интернет-услуг.*

***Ключевые слова:** дистрибутивы, законодательный контроль, законодательное урегулирование, правовое регулирование, сертификация, торговые системы, торговля несертифицированной продукцией, федеральное законодательство.*

В эру информационных технологий и активно развивающейся сферы услуг в нашу жизнь стало внедряться множество предложений, очень сильно облегчающих и упрощающих нашу повседневную жизнь. Так, наверное, каждый из нас уже попробовал доставку еды из ресторана посредством мобильных сервисов, покупку вещей в брендовых магазинах с доставкой. Несомненно, такие инновации позволяют сэкономить большое количество нашего драгоценного времени и, несомненно, это большой плюс, так как нам не приходится тратить его на долгие походы в магазины и весьма ограниченный выбор предлагаемой продукции.

Как говорит Ю.А. Фомина в своей статье «Электронные торговые системы товарного и фондового рынков Российской Федерации»: «Через электронную витрину производится оформление заказа. <...> После формирования заказа и регистрации информация о покупателе поступает из электронной витрины в торговую систему интернет-магазина» [4].

В данных условиях, казалось бы, все идеально: «не подошел размер одежды – курьер заберет, оплаченная сумма вернется на банковский счет», но возникает проблема качества предлагаемой нам продукции. Конечно, заказ на сайте официального дистрибьютора или в интернет-магазине известного бренда не дает нам повода усомниться в качестве покупаемого товара, а если по факту получения возникает какая-то проблема, на любом сайте мы можем с легкостью найти и заполнить форму возврата. Важным свойством такой сделки явля-

ется то, что, когда мы выбираем товар, то прямо на сайте мы можем ознакомиться со всей информацией, которую нам предлагает, во-первых, сам производитель, а во-вторых, дистрибьютор, непосредственно через которого осуществляется сделка. Однако в силу «могущества» и невозможности охватить целиком «всемирную паутину» создание критерия правовой регламентации для каждого станет очень большой проблемой, вследствие чего, мы можем встретить на интернет-рынке продукцию низкого качества, которая не соответствует стандартам сертификации.

В той же статье Фоминой, помимо теоретических и статистических данных, есть также мнение о недостатках удостоверяющих систем интернет-магазинов, которые имеют низкую надежность: «Совмещение магазином функций магазина и склада также снижает надежность системы; низкая надежность интернет-магазина, как правило, сужает ассортимент до дешевых и мелких товаров».

В данных условиях нелегко разобраться в, казалось бы, простом вопросе: «Почему, видя такой широкий ассортимент на виртуальных торговых площадках, мы все еще говорим о том, что товара мало и что он плохого качества?» В конкретной статье мы можем заметить, что речь идет непосредственно об интернет-магазинах, то есть представителях привычных нам «торговых лавок», только уже на «арене» интернет-сети. В данном аспекте хотелось бы доверять известному нам магазину, но мы говорим немного всё-таки о другом. Хотя даже здесь мы не можем быть уверены на 100% в хорошем качестве товара и наличии сертификата на него.

В настоящее время мы знаем множество сервисов, позволяющих воспользоваться вышеописанными услугами, такими, как «Озон», «Сбермаркет», «Яндекс Еда» и др. Мы не сомневаемся в том, что продукция, которая будет предоставлена нам (потребителям), будет полностью (или же частично) соответствовать описанию, сертификатам качества и удовлетворит наши потребности. Однако даже среди известных дистрибьюторов мы можем наблюдать реализацию товаров, не соответствующих обязательным сертификатам качества.

Например, посредством небезызвестных «Алиэкспресс» или «Вайлдберриз» (второе наиболее актуально, потому что дистрибьютор является компанией, основанной в России, и функционирующей в наибольшей степени на рынках СНГ) мы можем заказать товар, который по назначению может вполне подходить потребителю точно так же, как и сертифицированный товар, только без наличия сертификата. На таких платформах нет жестких критериев для создания своего собственного магазина-аккаунта и не требуется большого количества документов для регистрации, и, таким образом, на рынок может попасть любой товар, который может нести угрозу и вред здоровью человека, в то время как продавец (не дистрибьютор) ответственности за это не понесет.

Покупая детскую игрушку или набор косметики в интернете, не каждый задумается об их сертификации и соответствии стандартам качества, поэтому существует вероятность наткнуться на подделку или получить вред здоровью.

Из-за подобных случаев такие сервисы стали ужесточать политику реализуемой продукции, идти на контакт с покупателями и возмещать расходы, но

пока что таких продавцов дистрибьютор не обязал следовать правилам, установленным техническим регламентом, прописанным в Федеральном законе от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании» [3].

Г.Н. Сюткин в своей статье «Проблемы развития стандартизации и сертификации» говорит как раз таки о проблеме, называя ее «главная проблема стандартизации» [2], которая заключается в том, что, сломав старую систему стандартизации, принятую еще в эпоху плановой экономики, отменив систему обязательной сертификации, новую пока не создали.

В условиях времени написания статьи действительно не было правовой базы, закрепляющей обязательную сертификацию, однако уже в наше время мы видим, что законодатель заметил пробел в регулировании и в редакции 2016 года Федеральный закон «О техническом регулировании» в статье 25 «Обязательная сертификация» отражает широкий спектр условий, предназначенных именно для производителей и продавцов, для регулирования вопросов, которые ранее не имели такой важности, какую должны иметь в рамках современной рыночной или смешанной экономики.

Конечно, такой стандарт, по идее, мы должны видеть и в рамках административно–командной экономики, но если экономика неотделима от государства, то, образуя монополию на производство любого вида товаров, государство не так беспокоится об обязательной сертификации или же совсем наоборот. Однако это отдельная тема для дискуссии.

Вернемся к сертификации, стандартизации и правовому регулированию. Технический регламент – документ, который принят международным договором Российской Федерации, подлежащим ратификации в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, или в соответствии с международным договором Российской Федерации, ратифицированным в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, или федеральным законом, или указом Президента Российской Федерации, или постановлением Правительства Российской Федерации, или нормативным правовым актом федерального органа исполнительной власти по техническому регулированию и устанавливает обязательные для применения и исполнения требования к объектам технического регулирования (продукции или к продукции и связанным с требованиями к продукции процессам проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации).

Как мы можем заметить, в настоящий момент правовой аспект всё-таки присутствует, но в условиях «моментального» внедрения новых технологий, законодатель просто не успевает отследить изменения и расширить закон.

Остро стоит проблема с интернет-магазинами в социальных сетях, таких как «ВКонтакте», «Инстаграм», которые не нуждаются в дистрибутиве и спокойно обходят закон, реализуя товары, которые подлежат официальной сертификации (ТР ТС 008/2011 – Безопасность игрушек; ТР ТС 017/2011 – Продукция легкой промышленности; ТР ТС 007/2011 – Продукция, предназначенная для детей и подростков; и т.д.) Здесь уже существует проблема не только «по-

падания» на некачественный товар, но и потенциальное мошенничество (ст. 159, ст.159.3, ст. 159.6 УК РФ).

В связи с этим я вижу необходимость в правовом регулировании вопроса об обязательном наличии сертификата качества и соответствии ему реализуемой продукции для продавца интернет-магазина (а именно магазинов-аккаунтов в социальных сетях), не являющегося официальным дистрибьютором, а также внесение в законодательство ряда санкций за невыполнение и нарушение предполагаемых стандартов, так же ввести обязательный контроль за аккаунтами-продавцами в системе сетей-дистрибьюторов с их стороны (со стороны дистрибьюторов).

Что касается реальной угрозы жизни и здоровью человека, а также применения к преступившему закон магазину предусмотренных законом санкций, судебная практика знает множество дел, которые связаны с реализацией несертифицированной продукции в магазинах. Например, в г. Сухой Лог в 2015 году из-за многочисленных жалоб на продукцию сетевого магазина «Магнит» была проведена проверка, и санитарным врачом был установлен ряд нарушений. Кодекс об административных правонарушениях предусматривает наказание за подобные действия или бездействие. Статья 14.43 «Нарушение изготовителем, исполнителем (лицом, выполняющим функции иностранного изготовителя), продавцом требований технических регламентов» и статья 14.45 «Нарушение порядка реализации продукции, подлежащей обязательному подтверждению соответствия» КоАП РФ закрепляет как раз таки правовое обоснование для привлечения продавца к административной ответственности за предусмотренное законом деяние. Вот так из-за продажи сыров, колбас и прочей пищевой продукции, которая, не соответствовала обязательным сертификатам качества на пищевую продукцию, юридическое лицо во главе со своей дирекцией было оштрафовано на 50000 (пятьдесят тысяч) рублей в соответствии со ст. 14.7., ст.14.43., ст. 14.45. КоАП РФ [1].

Количество таких решений очень большое, и, что интересно, среди них довольно высок процент дел, которые удовлетворяют иски не в пользу продавцов, поскольку такое нарушение имеет высокую степень опасности для здоровья людей.

Данные дела характерны для оптовых и розничных торговых площадок, которые работают в режимах «офлайн», «онлайн» и подпадают под действие закона. Однако, исследуя судебную практику, я не нашел ни одного решения суда, которое было бы связано с реализацией несертифицированной продукции или продукции, не соответствующей обязательным техническим регламентам, онлайн-дистрибьюторами или магазинами-аккаунтами в социальных сетях.

Очевидный вопрос: «Неужели вся продукция, реализуемая в социальных сетях и на интернет-рынках соответствует всем стандартам качества и имеет всю документацию, подтверждающую это?» Ответ, конечно же, такой же очевидный. К сожалению, судебная практика скудна на подобные дела не из-за того, что все продавцы в интернете качественно предоставляют услуги, а в связи с тем, что, согласно закону, привлекать их не к чему.

Таким образом, еще раз хочется подчеркнуть важность и необходимость правового регулирования вопросов, касающихся совершенно новых и только появляющихся в нашей жизни способов покупки и продажи товаров и услуг, ведь каждый имеет право на получение качественных товаров и услуг, а также на защиту этих прав в судебном порядке или же в условиях, когда решить проблему можно не доходя до судебного заседания.

Библиографический список

1. Решение по делу об административном правонарушении № 12-68/2015 от 27 мая 2015 г. Сухоложского городского суда Свердловской области (г. Сухой Лог).

2. Сюткин Г.Н. Проблемы развития стандартизации и сертификации // Вестник Московского государственного университета сервиса. 2007. №1. С. 4-12.

3. Федеральный закон от 27.12.2002 N 184-ФЗ (ред. от 28.11.2018) «О техническом регулировании» [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/ (дата обращения 01.10.2020).

4. Фомина Ю.А. Электронные торговые системы товарного и фондового рынков Российской Федерации // Вестник Омского университета. Серия Экономика. 2006. №1. С. 37-43.

THE PROBLEM OF TRADE AND SALE OF UNCERTIFIED PRODUCTS THROUGH ONLINE PLATFORMS (ONLINE STORES IN SOCIAL NETWORKS)

Kochnev M.E.

Scientific adviser: Shestakova L.A.

Samara National Research University, Samara, Russia

Abstract. *The current situation associated with the sale of uncertified products through Internet distributors and stores – accounts in social networks in Russia implies risks for the consumer, such as purchasing a low-quality product that can threaten not only his budget, but also cause real harm to health. The article is devoted to the topic of operational legislative regulation of issues concerning the dynamically developing industry of Internet services.*

Keywords: *distributions, legislative control, legislative regulation, legal regulation, certification, trading systems, trade in non-certified products, federal legislation.*