ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО

ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р 57489— 2017

РУКОВОДСТВО ПО ДОБРОСОВЕСТНОЙ ПРАКТИКЕ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ ДИСТАНЦИОННЫМ СПОСОБОМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Издание официальное

Москва
Стандартинформ
2017

gost.e-ecolog.ru

Предисловие

1 РАЗРАБОТАН Автономной некоммерческой организацией «Российский институт потребительских испытаний» (РИПИ)

2 ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 111 «Защита прав потребителей на основе контроля продукции на стадиях обращения и при оказании услуг»

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 7 июня 2017 г. № 500-ст

4 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

*Правила применения настоящего стандарта установлены в статье 26 Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации». Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодном (по состоянию на 1 января текущего года) информационном указателе «Национальные стандарты», а официальный текст изменений и поправок — в ежемесячном информационном указателе «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ближайшем выпуске ежемесячного информационного указателя «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет (*gost.e-ecolog.ru

© Стандартинформ, 2017

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

Введение

В настоящее время все большее количество потребительских товаров потребители приобретают дистанционным способом торговли. Растет число интернет-магазинов. Опыт зарубежных стран с развитой рыночной экономикой говорит о том, что эта тенденция будет усиливаться и в России.

С ростом доли дистанционных продаж (главным образом телекоммуникационных) неуклонно возрастает и количество жалоб потребителей на действия продавцов. Продавцы, в свою очередь, сталкиваются с проблемой применения на практике норм права, регламентирующих дистанционную торговлю. Серьезной проблемой является также предупреждение и разрешение конфликтов с потребителями.

В настоящее время нет «прозрачного» и однозначного толкования, а самое главное, применения на практике всеми участниками рынка законодательных норм и правил торговли, которые могут распространяться на дистанционные способы продажи товаров.

Как следствие назрела необходимость разработки национального стандарта по добросовестной практике дистанционной торговли. Аналога среди российских стандартов в настоящее время нет.

Задача настоящего стандарта — регулирование процессов предупреждения и разрешения потенциально возможных конфликтов. Настоящий стандарт является инструментом, который позволит уменьшить количество обращений потребителей в контролирующие и надзорные государственные органы, а также снизить число судебных исков, вызванных потребительской неграмотностью как продавцов, так и потребителей.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РУКОВОДСТВО ПО ДОБРОСОВЕСТНОЙ ПРАКТИКЕ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ ДИСТАНЦИОННЫМ СПОСОБОМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Guidelines on diligent practice for selling goods by electronic shopping

Дата введения — 2018—01—01

1 Область применения

Настоящий стандарт распространяется на деятельность лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью в сфере дистанционных продаж потребительских товаров покупателям исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет (далее — продажа товаров дистанционным способом с использованием сети Интернет).

Стандарт устанавливает принципы добросовестной практики и рекомендации по продаже товаров дистанционным способом с использованием сети Интернет.

Настоящий стандарт конкретизирует и дополняет отдельные нормы и положения обязательного к применению действующего законодательства [1]—[4] в части добросовестной практики продажи товаров дистанционным способом с использованием сети Интернет.

2 Термины и определения

В настоящем стандарте применены следующие термины с соответствующими определениями:

2.1 продажа товаров дистанционным способом с использованием сети Интернет: Продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, представленным с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет, исключающим возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

2.2 **покупатель:** Гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий товары дистанционным способом с использованием сети Интернет исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

2.3 **продавец:** Организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, осуществляющие продажу товаров дистанционным способом с использованием сети Интернет.

2.4 **интернет-магазин:** Интернет-сайт, посредством которого продавец осуществляет продажу покупателям товаров дистанционным способом с использованием сети Интернет.

2.5 **активная ссылка:** Ссылка, открытие которой приводит к переходу на другую информационную страницу или сайт.

3 Интернет-магазин

3.1 Интернет-магазин должен иметь интуитивно понятный интерфейс, обеспечивающий оперативность взаимодействия покупателя с продавцом.

Издание официальное

3.2 В интернет-магазине, помимо сведений, размещение которых предусмотрено законодательством, необходимо размещать следующую важную для потребителей информацию:

- фирменное наименование (наименование) интернет-магазина (в случае его наличия);
- правовые нормы, регулирующие договорные отношения продавцов и покупателей при дистанционном способе продажи, в том числе и о применении к договорам купли-продажи норм ст. 26-1 Закона Российской Федерации [3];
- соблюдение требований законодательства о защите персональных данных;
- порядок направления акцепта;
- порядок оформления заказа на покупку товаров;
- порядок отмены оформленного заказа на покупку товаров;
- порядок оформления договора купли-продажи товаров;
- порядок расторжения оформленного договора купли-продажи товаров;
- доступные покупателю способы оплаты произведенных заказов на покупку товаров;
- порядок отмены платежей по произведенным заказам на покупку товаров;
- порядок возврата денежных средств в связи с отменой платежей по произведенному заказу на покупку товаров;
- способы и процедура осуществления доставки приобретенных товаров;
- стоимость доставки приобретенных товаров;
- способы и порядок оплаты назначенной доставки приобретенных товаров;
- порядок изменения адреса назначенной доставки приобретенных товаров;
- порядок отмены назначенной доставки приобретенных товаров;
- возможность получения скидок и дополнительных поощрительных бонусов (в случае их наличия);
- порядок проведения акций (в случае их наличия);
- порядок отказа покупателя от товаров надлежащего качества;
- порядок возврата товаров надлежащего качества, не соответствующих заказу покупателя;
- порядок замены или возврата товаров ненадлежащего качества, исполнения иных законных требований покупателя;
- порядок обращения покупателя с жалобой на действия (бездействие) продавца в организацию или иную ассоциацию, членом которой является продавец;
- возможность получения бесплатной консультации у представителя продавца.

3.3 Информация, размещаемая в интернет-магазине, должна быть актуальной.

3.4 Продавцам рекомендуется обеспечить покупателям возможность размещения индивидуальных отзывов, касающихся оценки качества товаров, оказанных услуг и (или) интерфейса интернет-магазина.

3.5 Продавцам рекомендуется разработать готовые формы опросных листов для выявления покупательской оценки качества товаров, оказанных услуг и (или) интерфейса интернет-магазина.

4 Информация о продавце, размещаемая в интернет-магазине

Продавцы обязаны размещать в интернет-магазине следующие сведения:

- адрес места нахождения юридического лица, указанный в едином государственном реестре юридических лиц;
- адрес (или адреса) места нахождения юридического лица, по которому осуществляется возврат товара, а также прием заявлений, уведомлений, извещений, требований или иных юридически значимых сообщений или отправлений покупателей и других заинтересованных лиц, если этот адрес отличается от адреса, указанного в едином государственном реестре юридических лиц;
- адрес места нахождения индивидуального предпринимателя, по которому осуществляется возврат товара, а также прием заявлений, уведомлений, извещений, требований или иных юридически значимых сообщений или отправлений покупателей и других заинтересованных лиц;
- режим работы продавца (юридического лица или индивидуального предпринимателя);
- информацию о своих контактах в сети Интернет: номера телефонов и иные возможности оперативной связи;
- ИНН (идентификационный номер налогоплательщика);
- если продавцом является индивидуальный предприниматель, он обязан разместить информацию о государственной регистрации и наименовании зарегистрировавшего его органа;
- режим функционирования специалистов интернет-магазина (продавцов, консультантов).

5 Информация о товарах и условиях их продажи

5.1 В интернет-магазине должна быть размещена следующая информация о товаре:

- максимально детализированная информация об основных потребительских свойствах товара;
- наименование изготовителя товара;
- изображение (фотография) товара;
- габариты товара;
- место изготовления товара;
- срок службы или срок годности и гарантийный срок;
- цена товара;
- условия приобретения товара;
- условия доставки;
- порядок оплаты товара;
- срок, в течение которого действует предложение о заключении договора (о продаже товара на данных условиях);
- акции, касающиеся цены и условий приобретения и/или доставки товара, с указанием срока их действия.

5.2 Продавцы обязаны размещать информацию обо всех дополнительных предметах, составляющих полную комплектацию товара, включая пакет инструкций по эксплуатации, сборке (разборке), элементы энергопитания, сопутствующие аксессуары, расходные материалы, разноракурсные фотографические снимки, полностью соответствующие описательным характеристикам товаров.

5.3 В случае если товар подлежит обязательному подтверждению соответствия согласно законодательству, продавцы обязаны размещать активные ссылки на действующие сертификаты соответствия и декларации о соответствии в доступном для ознакомления формате непосредственно в разделах, касающихся описательных характеристик товаров.

6 Подтверждение принятия акцепта, оформления заказа на покупку товаров и заключения договора купли-продажи

6.1 Продавцам рекомендуется при получении акцепта от покупателей незамедлительно направлять им подтверждение о его принятии, завершении оформления заказа на покупку товаров и заключении договора купли-продажи.

6.2 Подтверждение о принятии акцепта, оформлении заказа на покупку товаров и заключении договора купли-продажи рекомендуется направлять следующими способами:

- осуществление входящего телефонного звонка;
- отправление уведомительного SMS-сообщения;
- отправление уведомительного MMS-сообщения (в случае использования фотографических снимков товаров);
- отправление уведомительного сообщения на адрес электронной почты;
- отправление уведомительного сообщения в «Личный кабинет».

6.3 Продавцам рекомендуется предоставить покупателям возможность выбора наиболее удобного для них способа получения подтверждения о принятии акцепта, оформлении заказа на покупку товаров и заключении договора купли-продажи.

7 Информация об организациях, занимающихся выдачей кассовых чеков

В случаях, когда кассовые чеки выдаются покупателям не продавцом, а другой организацией, имеющей соответствующие договорные отношения с продавцом (например, организацией, осуществляющей доставку или выдачу), продавцы обязаны информировать покупателей о данном факте на стадии оформления заказа.

8 Безналичная оплата товаров

Продавцам рекомендуется в случае безналичной оплаты товаров направлять покупателям на адрес электронной почты либо в «Личный кабинет», созданный в интернет-магазине, подтверждение о получении денежных средств, бланк накладной и (или) акта сдачи-приемки.

9 Наличная оплата товаров

Продавцам рекомендуется в случае наличной оплаты товаров направлять покупателям на адрес электронной почты либо в «Личный кабинет», созданный в интернет-магазине, сведения о сумме заказа, включая доставку товара и скидки, о порядке оплаты.

10 Доставка товаров

10.1 Продавцы обязаны размещать в интернет-магазине перечень предлагаемых ими способов доставки товаров.

10.2 Продавцам следует при наличии двух и более предлагаемых ими способов доставки товаров предоставить покупателям возможность выбора наиболее удобного способа.

10.3 Продавцы должны размещать описание каждого предлагаемого ими способа доставки товаров.

10.4 В описании способа доставки товаров должны содержаться сведения:

- о службе, осуществляющей доставку товаров;
- доступных способах и порядке оплаты доставки товаров;
- стоимости услуги по доставке товаров (или порядок ее расчета);
- предполагаемых сроках доставки товаров (или порядок их расчета);
- возможности отказа от товаров в случае обнаружения у них недостатков, явно возникших при осуществлении транспортировки[1)];
- необходимости оплаты покупателем оказанной услуги по доставке товаров надлежащего качества при отказе покупателя от товара.

10.5 В описании способа доставки товаров рекомендуется информировать о материалах, применяемых для упаковки товаров и их защиты от возможных механических повреждений.

11 Отказ покупателя от товаров надлежащего качества, соответствующих заказу покупателя

11.1 Продавцы обязаны размещать в интернет-магазине информацию об условиях отказа покупателя от товара надлежащего качества, соответствующего заказу покупателя, и порядке возврата такого товара. При этом необходимо информировать покупателей, что данные товары должны сохранять товарный вид и потребительские свойства.

11.2 Продавцам рекомендуется указывать тот способ связи с покупателями, который может обеспечить наиболее оперативное осуществление возврата товаров надлежащего качества, соответствующих заявленным характеристикам.

11.3 Продавцам рекомендуется предоставить покупателям возможность выбора наиболее удобного для них способа связи для возврата товаров надлежащего качества, соответствующих заказу покупателя.

Продавцам рекомендуется предоставить покупателям возможность выбора наиболее удобного для них способа связи для возврата товаров надлежащего качества, соответствующих заказу покупателя.

11.4 Возможны следующие способы связи продавца и покупателя при возврате товаров надлежащего качества, соответствующих заказу покупателя:

- осуществление входящего телефонного звонка;
- отправление уведомительных SMS-сообщений;
- заполнение веб-формы в «Личном кабинете»;
- направление заполненной формы по электронной почте;
- направление письма в свободной форме по электронной почте.

11.5 Продавцам рекомендуется разработать готовую форму для покупателей, выступающих с инициативой возврата товаров надлежащего качества, соответствующих заказу покупателя.

[1)] В данном случае имеются в виду недостатки в виде механических повреждений, которые привели к утрате потребительских свойств и товарного вида (к примеру, сколы, трещины и т. п.).

11.6 Продавцам рекомендуется присваивать идентификационные номера обращениям покупателей, решивших осуществить возврат товаров надлежащего качества, соответствующих заказу покупателя, а также вести на основе имеющихся персонифицированных данных электронный журнал учета таких обращений.

11.7 Продавцам рекомендуется обеспечить покупателям возможность пользования платной услугой по возврату товаров надлежащего качества, соответствующих заказу покупателя, силами продавцов по месту нахождения покупателей, в сроки, установленные законодательством или условиями договора купли-продажи. Тариф на услугу по возврату товаров надлежащего качества устанавливается продавцами и доводится до сведения покупателей.

11.8 Продавцы должны информировать покупателей товаров с индивидуально-определенными свойствами о том, что покупатель в соответствии со ст. 26-1 Закона Российской Федерации [3] не вправе отказаться от товара надлежащего качества, имеющего индивидуально-определенные свойства, если указанный товар может быть использован исключительно приобретающим его потребителем.

12 Замена или возврат товаров ненадлежащего качества, не соответствующих заявленным характеристикам

12.1 Продавцы обязаны размещать в интернет-магазине информацию о порядке замены или возврата товаров ненадлежащего качества, не соответствующих заявленным характеристикам.

12.2 Продавцам рекомендуется указывать способ связи с покупателями, который наиболее оперативно может обеспечить замену или возврат товаров ненадлежащего качества, не соответствующих заявленным характеристикам (см. 11.4).

12.3 Продавцам рекомендуется предоставить покупателям возможность выбора наиболее удобного для них способа связи в целях замены или возврата товаров ненадлежащего качества, не соответствующих заявленным характеристикам.

12.4 Продавцам рекомендуется предлагать покупателям типовую форму претензии с требованиями замены или возврата товара ненадлежащего качества, иными требованиями, предусмотренными законодательством.

12.5 Продавцам рекомендуется регистрировать претензии покупателей с требованиями замены или возврата товаров ненадлежащего качества, иными требованиями, предусмотренными законодательством, а также вести на основе имеющихся персонифицированных данных электронный журнал учета таких обращений.

12.6 В случае расторжения договора купли-продажи товара ненадлежащего качества продавцу рекомендуется осуществлять прием возвращаемого товара в месте, указанном покупателем.

В случае отсутствия продавца в регионе нахождения покупателя продавец обязан сообщать покупателю рекомендуемый способ возврата товара ненадлежащего качества (за счет продавца).

12.7 Способ возврата денежных средств выбирается по согласованию продавца и покупателя. Продавцам рекомендуется предоставлять покупателям возможность выбора технически возможного для продавца способа возврата денежных средств покупателю.

Библиография

[1]	Постановление Правительства Российской Федерации от 19 января 1998 г. № 55	Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации
[2]	Федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ	Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)
[3]	Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1	О защите прав потребителей
[4]	Постановление Правительства Российской Федерации от 27 сентября 2007 г. № 612	Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом

УДК 006.89; 366.12; 339.162.4.65.02:006.354 ОКС 03.120; 03.100.20

Ключевые слова: интернет-торговля, интернет-магазин, продажа товаров через интернет, защита прав потребителей, правоотношения потребителя и продавца

БЗ —2017/98

Редактор *Е.И. Белогина*
Технический редактор *В.Н. Прусакова*
Корректор *Л.С. Лысенко*
Компьютерная верстка *Л.А. Круговой*

Сдано в набор 09.06.2017. Подписано в печать 15.06.2017. Формат 60×84 1/8. Гарнитура Ариал.
Усл. печ. л. 1,40. Уч.-изд. л. 1,24. Тираж 30 экз. Зак. 962.
Подготовлено на основе электронной версии, предоставленной разработчиком стандарта

Издано и отпечатано во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ», 123995 Москва, Гранатный пер., 4.
gost.e-ecolog.ru gost.e-ecolog.ru

gost.e-ecolog.ru