

УДК 347.711:004
DOI: 10.36979/1694-500X-2023-23-11-82-87

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОФЕРТЫ И АКЦЕПТА В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ

А.Б. Алишева, К.Э. Эрнистова, К.К. Абдырахманова

Аннотация. Исследованы проблемы правового регулирования института оферты и акцепта при заключении электронных сделок в сфере электронной торговли. Приведен анализ законодательства Кыргызской Республики, регламентирующего общий порядок заключения договора, на примере электронных сделок. Раскрываются проблемы применения публичной оферты как способа заключения электронной сделки, а также проблемы определения места заключения договора электронной сделки при направлении оферты в электронной форме. Даны рекомендации по совершенствованию законодательства об электронной торговле с целью приведения в соответствие с нормами гражданского законодательства Кыргызской Республики.

Ключевые слова: электронная сделка; оферта; акцепт; публичная оферта; реклама; договор купли-продажи; электронная торговля.

ЭЛЕКТРОНДУК СООДАДА ОФЕРТАНЫ ЖАНА АКЦЕПТИ УКУКТУК ЖӨНГӨ САЛУУНУН ӨЗГӨЧӨЛҮКТӨРҮ

А.Б. Алишева, К.Э. Эрнистова, К.К. Абдырахманова

Аннотация. Макалада электрондук соода чөйрөсүндө электрондук бүтүмдөрдү түзүүдө сунуш жана кабыл алуу институтун укуктук жөнгө салуу маселелери каралды. Электрондук бүтүмдөрдүн мисалында келишим түзүүнүн жалпы тартибин жөнгө салуучу Кыргыз Республикасынын мыйзамдарына талдоо жүргүзүлгөн. Электрондук бүтүмдү түзүү ыкмасы катары ачык сунушту колдонуу көйгөйлөрү, ошондой эле электрондук формада сунуш жөнөтүүдө электрондук бүтүм келишимин түзүү ордун аныктоо көйгөйлөрү аныкталды. Электрондук соода жөнүндө мыйзамдарды Кыргыз Республикасынын жарандык мыйзамдарынын ченемдерине ылайык келтирүү максатында аны өркүндөтүү боюнча сунуштар берилди.

Түйүндүү сөздөр: электрондук бүтүм; оферта; акцепт; ачык оферта; жарнама; сатып алуу келишими; электрондук соода.

THE FEATURES OF THE LEGAL REGULATION OF THE OFFER AND ACCEPTANCE IN THE ELECTRONIC COMMERCE

A.B. Alisheva, K.E. Ernestova, K.K. Abdyrakhmanova

Abstract. The problems of legal regulation of the institution of offer and acceptance in the conclusion of electronic transactions in the field of electronic commerce are investigated. The analysis of the legislation of the Kyrgyz Republic regulating the general procedure for concluding a contract is given on the example of electronic transactions. The problems of using a public offer as a way to conclude an electronic transaction are revealed, as well as the problems of determining the place of conclusion of an electronic transaction agreement when sending an offer in electronic form. Recommendations are given on improving the legislation on electronic commerce in order to bring it into line with the norms of the civil legislation of the Kyrgyz Republic.

Keywords: electronic contract; offer; acceptance; public offer; advertisement; purchase and sale contract; electronic commerce.

В настоящее время электронная торговля, развитием информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ), оказывает

значительное влияние на современное общество в различных сферах. Для населения и субъектов предпринимательства дистанционный способ купли-продажи товаров потребления, а также электронные торговые платформы стали привычными. Заключение электронных сделок ныне является современным и эффективным способом возникновения, изменения и исполнения гражданско-правовых обязательств, которые, в свою очередь, не требуют фактического присутствия участников электронной торговли при ее совершении, как этого требует традиционная письменная форма договора. Учитывая широкомасштабность таких правоотношений, значительный интерес вызывают вопросы о порядке заключения электронных сделок.

Согласно ст. 3 ч. 2 п. 14 Закона Кыргызской Республики «Об электронной торговле» (далее – Закон КР об ЭТ), «электронная сделка – гражданско-правовая сделка между участниками электронной торговли посредством ИКТ, заключаемая в соответствии с требованиями настоящего Закона и гражданского законодательства Кыргызской Республики» [1]. Следовательно, к договорным отношениям в области электронной торговли применяются нормы гражданского законодательства страны, регламентирующие общий порядок заключения договоров гражданско-правового характера. В этой связи актуальность обретает исследование юридических аспектов регулирования оферты и акцепта в этой сфере при совершении электронной сделки между продавцом и потребителем.

По мнению автора В.И. Смирнова, «в цивилистической литературе наиболее распространена точка зрения, согласно которой заключение договора проходит в две стадии: предложение о заключении договора, именуемое офертой, и принятие предложения о заключении договора, именуемое акцептом» [2]. Точка зрения о двух стадиях заключения договора – оферты и акцепта – является аргументированной, поскольку она нашла свое отражение в гражданском законодательстве Кыргызской Республики (далее – КР). Так, например, установлен общий порядок заключения договоров, который, в том числе, применяется к сделкам, совершаемым в электронной форме в сфере электронной

торговли. В соответствии с ч. 2 ст. 393 Гражданского кодекса (далее – ГК) КР, «договор заключается посредством направления оферты (предложения заключить договор) одной из сторон и ее акцепта (принятия предложения) другой стороной» [3].

Первым юридическим действием, необходимым для заключения электронной сделки, как и любого другого вида обязательства, является направление продавцом оферты, т. е. предложения о заключении договора купли-продажи товара. В этом отношении большое значение имеет положение ч. 1 ст. 396 ГК КР, в которой дается определение дефиниции «оферта». В частности, «офертой признается адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение, которое достаточно определенно и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, которым будет принято предложение» [3]. Аналогичным образом оферта раскрывается в ст. 9 упомянутого Закона КР об ЭТ.

Исходя из этого определения, представляется возможным выделить признаки и требования, которым должно отвечать предложение о заключении электронной сделки, с целью признания ее офертой:

- предложение о заключении электронной сделки должно быть адресовано конкретному покупателю;
- предложение о заключении электронной сделки должно быть достаточно определенным, т. е. содержать существенные условия договора купли-продажи товара, без наличия которых договор считается незаключенным;
- предложение о заключении электронной сделки должно содержать в себе выраженное намерение продавца считать себя заключившим договор купли-продажи с покупателем, которым будет принята оферта.

Важно подчеркнуть, что оферта при заключении электронной сделки должна содержать в себе существенные условия именно договора купли-продажи товара и/или услуги. Обусловлено это требованиями ст. 9 Закона КР об ЭТ, где это четко прописано.

Исследуя положения этой нормы, видится верным считать, что конкретным видом гражданско-правового обязательства в электронных сделках в сфере электронной торговли является розничная купля-продажа товаров, поскольку основным участником электронной торговли выступает покупатель, который одновременно является потребителем товаров, реализуемых при помощи интернет-магазинов, торговых платформ в сети Интернет или иных ИКТ. Более того, ст. 4 Закона КР об ЭТ провозглашает основой осуществления электронной торговли принцип защиты прав потребителей. В соответствии со статьей 1-1 Закона КР «О защите прав потребителей», потребителем является «гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных (бытовых) нужд, не связанных с извлечением прибыли» [4]. Также в ч. 1 ст. 455 ГК КР раскрывается определение договора розничной купли-продажи, согласно которому «продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу, обязуется передать покупателю товар, обычно предназначаемый для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью» [5]. Таким образом, рассматривая субъектный состав правоотношений, вытекающих из электронной сделки, важно отметить, что покупателем является потребитель, приобретающий товар или услугу для личного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью или извлечением прибыли.

Подобной позиции о личных и бытовых целях приобретения потребителем товара в сделках придерживаются М.А. Зинковский и С.В. Тычинин, которые отмечают следующее: «Говоря о законных интересах потребителей при заключении сделок путем акцептования условий публичной оферты, нужно понимать, что интерес опосредован практической или бытовой необходимостью. Одни потребители покупают жилой дом с целью удовлетворения потребностей в улучшении жилищных условий, другие имеют объективную необходимость в покупке транспортного средства для передвижения

на значительные расстояния, третьи – в улучшении собственного здоровья путем заключения с аптеками договоров розничной купли-продажи лекарственных средств» [6].

Из исследуемых особенностей и аспектов института оферты и акцепта в сфере электронной торговли особый интерес вызывает порядок заключения электронных сделок, установленный главой 3 Закона КР об ЭТ. Согласно ч. 1 ст. 11 этого нормативного правового акта, «Электронная сделка считается заключенной, если покупатель согласен с условиями оферты и выполнил все требования лица, направившего оферту, по оформлению акцепта» [1].

Здесь же содержатся основные требования, которым должно отвечать согласие с условиями оферты, т. е. акцепт:

- покупатель согласен с условиями оферты;
- покупатель выполнил все требования продавца по оформлению акцепта.

Рассматривая правовую природу акцепта, в этом отношении следует отметить, что определение дефиниции «акцепт» закреплено в ч. 1 ст. 399 ГК КР, согласно которой «акцептом признается ответ лица, которому адресована оферта, о ее принятии. Акцепт должен быть полным и безоговорочным» [3]. Основываясь на этом, следует сделать вывод, что в рамках электронной сделки под акцептом понимается электронное сообщение покупателя о полном и безоговорочном принятии условий оферты, предложенной продавцом.

Особое внимание необходимо обратить на способы принятия условий оферты электронной сделки, установленные ч. 1 ст. 10 Закона КР об ЭТ: «акцептом признается принятие покупателем условий оферты одним из следующих способов, определяемых продавцом:

- направление покупателем электронного сообщения о согласии приобрести товар и/или услугу;
- заполнение и подтверждение формы заказа в информационной системе продавца и/или оператора торговой платформы» [1].

Вопрос о применении одного из вышеуказанных способов принятия покупателем условий оферты электронной сделки определяются продавцом самостоятельно, по его усмотрению.

Однако в данной правовой норме не предусмотрено, что акцепт должен быть полным и безоговорочным, как это определено ст. 399 ГК КР. Более того, рассматривая вопрос об акцептовании условий электронной сделки, особое внимание следует обратить на существенные условия так называемого «договора электронной сделки», которые определены в ч. 3 ст. 11 Закона КР об ЭТ, а именно: «Существенными условиями Договора является способ акцепта, выбранный покупателем при принятии отдельных условий оферты продавца» [1]. Тем самым подразумевается возможность принятия покупателем отдельных условий оферты продавца в электронной торговле, что не соответствует ст. 399 ГК КР, устанавливающей требование о полном акцепте. Иными словами, согласно нормам гражданского законодательства, покупатель должен принять все условия оферты, предложенные продавцом при заключении электронной сделки.

В связи с этим, возникает неопределенность в вопросе о том, должен ли быть акцепт покупателя в электронной сделке полным, исключая возможность принятия лишь отдельных условий оферты. Что, в свою очередь, указывает на противоречие одних статей Закона КР об ЭТ другим статьям ГК КР.

Наряду с обычной офертой, имеющей конкретный адресат, предложение о заключении электронной сделки может быть адресовано как конкретному покупателю, так и неопределенному кругу лиц. Подобного рода оферты адресуются неопределенному кругу лиц, как правило, в виде рекламы, распространяемой в сети Интернет и содержащей существенные условия договора. Подтверждением этому служит норма ч. 1 ст. 25 Закона КР «О рекламе»: «Последствия признания рекламы приглашением делать оферты либо публичной офертой (публичное предложение о заключении договора в рекламе) определяются в соответствии с законодательством КР» [7].

В свою очередь, ГК КР в ч. 1 ст. 398 предусматривает следующее: «Реклама и иные предложения, адресованные неопределенному кругу лиц, рассматриваются как приглашение делать оферты, если иное прямо не указано в предложении». В части второй этой же статьи определено,

что офертой (публичной офертой) признается «содержащее все существенные условия договора предложение, из которого усматривается воля лица, делающего предложение, заключить договор на указанных в предложении условиях с любым, кто отзовется» [3].

Рассматривая рекламу, содержащую существенные условия договора, нельзя не согласиться с Т.С. Угриным, который отмечает, что: «к публичной оферте можно отнести сообщение в СМИ о продаже точно указанных товаров, выполнении конкретно указанных работ или предоставлении услуг, адреса оферента, готовности вступить на объявленных условиях в договор с любым желающим и т. д.» [8].

Учитывая требования ГК КР, мы полагаем, что для признания рекламы, содержащей предложение о заключении договора с неопределенным кругом лиц, публичной офертой, необходимо, чтобы такая реклама отвечала следующим требованиям:

- она должна содержать предложение о заключении договора с указанием всех его существенных условий;
- из ее содержания усматривается воля продавца заключить электронную сделку;
- она должна содержать сведения о том, что договор заключается с любым, кто отзовется на публичную оферту.

По нашему мнению, институт публичной оферты является наиболее эффективным способом предложения о заключении договора розничной купли-продажи товаров в электронных сделках, поскольку законодательство об электронной торговле в этом направлении позволяет продавцу, т. е. оференту, самостоятельно определять существенные условия электронной сделки. Более того, применение такого способа, как размещение публичной оферты в сети Интернет, в интернет-магазине либо на электронной торговой платформе, исключает необходимость заключения традиционного договора в простой письменной форме либо заключения электронной сделки с каждым покупателем в индивидуальном порядке.

Однако рассматриваемый Закон КР об ЭТ не устанавливает специальных правовых норм относительно публичной оферты как способа

заключения электронной сделки. С точки зрения законодателя, существенной разницы между публичной офертой и обычной офертой, адресованной конкретному лицу, нет, поскольку обе оферты имеют равные правовые последствия. Тем не менее, на наш взгляд, отличие публичной оферты заключается в возможности предложения условий электронной сделки неопределенному кругу потенциальных покупателей.

Особый интерес при рассмотрении института оферты и акцепта в сфере электронной торговли вызывает также вопрос о месте совершения электронной сделки. Обусловлено это отсутствием специальных норм в Законе КР об ЭТ, регулирующих вопросы определения конкретного места заключения договора купли-продажи товара, т. е. электронной сделки.

Место заключения договора, как нам кажется, является одним из существенных условий электронной сделки, поскольку от наличия данного условия определяется применимое право того или иного государства, а также территориальная подсудность в случае возникновения спора и разногласий между покупателем и продавцом в электронной торговле за нарушение электронной сделки в том случае, если условия о применимом праве и подсудности юридического спора не оговорены сторонами в тексте договора электронной сделки.

Согласно общим правилам, установленным ст. 405 ГК КР, «если в договоре не указано место его заключения, договор признается заключенным в месте жительства гражданина или месте нахождения юридического лица, направившего оферту» [3]. Из положений данной статьи очевидно, что местом совершения электронной сделки является место жительства покупателя либо место нахождения продавца, направившего оферту на заключение электронной сделки. При анализе этой нормы гражданского законодательства возникает неясность относительно конкретного места совершения электронной сделки, поскольку отмеченный выше Закон КР об ЭТ не регламентирует эти правовые вопросы.

Следует отметить, что, в соответствии с п. 18 ч. 2 ст. 3 Закона КР об ЭТ, «договорные правоотношения в электронной сделке – гражданско-правовые отношения, возникающие

посредством заключения или расторжения договора между продавцом и покупателем в порядке, установленном гражданским законодательством КР» [1]. Таким образом, несмотря на отсутствие в нормах законодательства об электронной торговле положений о месте заключения электронной сделки, к договорным отношениям между покупателем и продавцом в электронной торговле применяются положения ст. 405 ГК КР, определяющие, что договор признается заключенным в месте жительства гражданина или месте нахождения юридического лица, направившего оферту.

Подводя итоги научного исследования, следует резюмировать, что действующее законодательство об электронной торговле устанавливает юридическую возможность покупателя принять отдельные условия оферты электронной сделки. Это, в свою очередь, противоречит требованиям ГК КР, определяющим, что акцепт, т. е. принятие условий оферты, должен быть полным и безоговорочным. Следовательно, возникает необходимость привести Закон КР об ЭТ в соответствие с требованиями ГК КР.

Кроме того, отмеченный Закон КР об ЭТ не расширяет основные положения о публичной оферте, закрепленные в нормах ГК КР. В связи с этим представляется целесообразным рассмотреть на законодательном уровне вопрос о внесении изменений и дополнений в Закон КР об ЭТ в части установления специальных правовых норм, направленных на обеспечение возможности применения института публичной оферты в электронной торговле с учетом особенностей электронной сделки и специфики ИКТ в глобальной сети Интернет.

Дополнительно следует указать на то, что в законодательстве об электронной торговле отсутствуют нормы, определяющие место совершения электронных сделок, т. е. договора купли-продажи товара, заключенного в электронной форме. Данные обстоятельства являются основанием для возникновения неопределенности в вопросе о признании конкретного места совершения электронной сделки. В этой связи к ним применяются общие правила о месте заключения договора, установленные гражданским законодательством КР. Однако в данной ситуации

следует учитывать специфику и особенности электронной сделки, которые заключаются электронным способом принятия покупателем условий оферты, предложенной продавцом, исключая фактическое присутствие сторон при их заключении.

Таким образом, следует внести изменения в Закон КР об ЭТ, установив общие правила о месте заключения электронной сделки, определив как существенное условие договора для целей определения применимого права в том случае, если сторонами электронной сделки не достигнуто соглашение об этом.

Поступила: 10.04.23; рецензирована: 24.04.23;
принята: 26.04.23.

Литература

1. Об электронной торговле. Закон Кыргызской Республики от 22 декабря 2021 года № 154. URL: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/112333> (дата обращения: 16.04.2023).
2. *Смирнов В.И.* Квалификация публичной оферты / В.И. Смирнов // Современная наука. 2010. № 1 (1). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kvalifikatsiya-publichnoy-oferty/viewer> (дата обращения: 16.04.2023).
3. Гражданский кодекс Кыргызской Республики. Часть I. Кодекс Кыргызской Республики от 8 мая 1996 года № 15. URL: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/4?cl=ru-ru> (дата обращения: 16.04.2023).
4. О защите прав потребителей. Закон Кыргызской Республики от 10 декабря 1997 года № 90. URL: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/590> (дата обращения: 16.04.2023).
5. Гражданский кодекс Кыргызской Республики. Часть II. Кодекс Кыргызской Республики от 5 января 1998 года № 1. URL: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/5> (дата обращения: 16.04.2023).
6. *Зинковский М.А.* Некоторые аспекты института публичной оферты в сделках с потребителем / М.А. Зинковский, С.В. Тычинин // Правовая политика и правовая жизнь. 2018. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-aspekty-instituta-publichnoy-oferty-v-sdelkah-s-potrebitелем/viewer> (дата обращения: 16.04.2023).
7. О рекламе. Закон Кыргызской Республики от 24 декабря 1998 года № 155. URL: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/162/210?cl=ru-ru> (дата обращения: 16.04.2023).
8. *Угрин Т.С.* Особенности регулирования оферты в договоре международной купли-продажи товаров / Т.С. Угрин // Вестник Московского университета МВД России. 2012. № 8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-regulirovaniya-oferty-v-dogovore-mezhdunarodnoy-kupli-prodazhi-tovarov/viewer> (дата обращения: 16.04.2023).