Сергеев И.В.

О некоторых проблемах в сфере вендинговой торговли

*Санкт-Петербургский юридический институт (филиал) Академии Генеральной
прокуратуры Российской Федерации
(Россия, Санкт-Петербург)*

doi:10.18411/spc-20-04-2018-13

idsp: 000001:spc-20-04-2018-13

В последнее время в России широкую популярность приобрел инновационный вид торговли — вендинг. В переводе с английского «вендинг» (vending) обозначает продажу товаров либо оказание различных услуг с помощью торговых автоматов. Вендинг включает в себя все формы автоматизированной торговли, т. е. торговли без участия человека в акте купли-продажи. К вендинговому бизнесу относятся все автоматы по продаже продовольственных и непродовольственных товаров: кофейные и снековые автоматы, автоматы с игрушками, напитками, жевательными резинками, газетами, бахилами и т.п. Данные автоматы могут располагаться в торговой сети, на улице, в производственном, лечебном учреждении, а также в учреждениях культуры и быта.

Таким образом, вендинг представляет собой передвижные устройства для продажи штучных товаров или услуг в автоматическом режиме самообслуживания при отсутствии продавца.

По нашему мнению, вендинг является хорошей альтернативой традиционной торговле. Это связано со следующими факторами:

- покупая товары в автомате, покупатель тратит предельно минимальное количество времени;
- посредник между покупателем и автоматом не требуется, следовательно, решается проблема наличия квалифицированного рабочего персонала;
- аппарат удобен в использовании за счет стандартизации процедур покупки, а это, соответственно, обеспечивает качество обслуживания;
- торговый аппарат занимает мало места и может функционировать круглые сутки семь дней в неделю.

Однако, на сегодняшний день вендинговая торговля в России имеет ряд проблем, связанных с правовым регулированием, которые являются препятствием для ее развития.

Одним из главных препятствий является несовершенство законодательной базы, регулирующей вендинговую торговлю. Развитие вендинга на отечественном рынке значительно опередило правовое регулирование данной отрасли. Фактически единственной нормой, непосредственно регламентирующей автоматизированную торговлю, является ст. 498 Гражданского Кодекса РФ (далее ГК РФ), где введено понятие вендинга как продажи товаров с использованием торговых автоматов. При этом действующее законодательство Российской Федерации не содержит определения «торговый автомат», лишь в «ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» закреплено следующее: «Торговый автомат (вендинговый автомат): Нестационарный торговый объект, представляющий собой техническое устройство, предназначенное для автоматизации процессов продажи, оплаты и выдачи штучных товаров в потребительской упаковке в месте нахождения устройства без участия продавца».

Никакой другой информации о торговых автоматах данный ГОСТ не содержит. Ни в одном нормативном акте не раскрывается значение понятия «торговый автомат», их отличительные признаки, классификация. Все это приводит к трудностям при получении различных разрешений и согласований на установку торгового автомата и осуществление продажи.

Еще одним пробелом в законодательной базе, регулирующей вендинг, является отсутствие закрепленного способа юридического оформления отношений для установки и обслуживания вендинг-аппаратов. Проведя исследование, автор выявил, что на сегодняшний день самым популярным способом оформления правоотношений

между вендинг-операторами и владельцами торговых точек является договор аренды, затем договор возмездного оказания услуг и наименее популярным – договор размещения, не закрепленный в действующем законодательстве, но применяемый в силу ст. 421 ГК РФ.

Каждый из данных договоров имеет свои положительные и отрицательные стороны. Так, например, несмотря на свою универсальность, договор аренды имеет один существенный недостаток, который заключается в следующем: для аренды важно определить конкретный предмет договора. Этого требует п. 3 ст. 607 ГК РФ, в противном случае условие об объекте, подлежащем передаче в аренду, считается не согласованным сторонами, а соответствующий договор не считается заключенным.

Принимая во внимание тот факт, что площадь торгового автомата не является большой (как правило, менее 1 кв. м), вендинговая машина располагается в неизолированном помещении (со стенами), местонахождение аппарата может меняться, следовательно, определить часть сдаваемого в аренду помещения часто не представляется возможным, что влечет последствия о признании договора незаключенным. Таким образом, мы видим, что отсутствие законодательно закрепленного способа юридического оформления отношений для установки и обслуживания вендинг-аппаратов тормозит развитие данного вида торговли и ведет к неблагоприятным последствиям для предпринимателей, занимающихся вендингом.

Ключевым, по нашему мнению, является пробел в законодательстве, связанный с защитой прав граждан, купивших товар в вендинговых автоматах. На сегодняшний день, в соответствии с п. 11 ст. 7 Федерального закона N 290-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» индивидуальные предприниматели, осуществляющие торговлю с использованием торговых автоматов, могут не применять в составе таких торговых автоматов контрольно-кассовую технику (далее ККТ). То есть, если к примеру, устройство не выдало сдачу, произошла ошибка в счетчике внесенных финансов или застрял оплаченный товар, то нам необходимо обратиться в службу техпомощи, номер которой указан на торговом аппарате. Но даже если речь идет о кофейном автомате в офисе, доказать факт покупки напитка без чека будет практически невозможно.

На данную проблему законодатель обратил внимание и сейчас обсуждается проект изменений в Федеральный закон N 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа», согласно которому с 1 июля 2018 года станет обязательным использование ККТ в вендинговых автоматах. Если данный проект будет принят, то у покупателя появится возможность в полном объеме защитить свои права при возникновении вышеописанных ситуаций.

Подводя итоги, хотелось бы предложить свои идеи, направленные на совершенствование законодательной базы в изучаемой области.

Во-первых, мы считаем необходимым закрепить в гражданском кодексе определение «торговый автомат», а также разделить торговые автоматы на четыре категории:

1. Автоматы по продаже напитков в розлив (кофейные автоматы, автоматы газировки, сока, молока, воды и пр.)
2. Автоматы по продаже пищевых товаров (снековые автоматы, автоматы по продаже еды и пр.)
3. Автоматы по продаже непищевых товаров (игрушки, контактные линзы, часы и т.п.)
4. Автоматы услуг (копировальные, фотокабины, массажные кресла, музыкальные и пр.).

На наш взгляд, данная классификация отражает наиболее широкий спектр возможностей в области вендинговой торговли. В целом, эти нововведения помогут избежать трудностей при получении различных разрешений и согласований на установку торгового автомата и осуществление продажи.

Во-вторых, внести изменения в ст. 498 ГК РФ и обязать владельцев торговых автоматов кроме сведений о наименовании (фирменном наименовании) продавца,

месте его нахождения, режиме работы, а также о действиях, которые необходимо совершить покупателю для получения товара, также доводить до покупателей информацию о товаре (срок годности, состав, возрастные ограничения). Совершая покупку в торговых автоматах, мы не можем получить данную информацию, так как все товары находятся в самом автомате. А в соответствии со ст. 10 Закона РФ «О защите прав потребителей» покупатель имеет право на получение вышеуказанной информации о товаре до его приобретения.

В-третьих, на наш взгляд было бы целесообразно, законодательно закрепить конкретный договор, с помощью которого будут юридически оформляться отношения для установки и обслуживания вендинг-аппаратов.

В заключении, хотелось бы отметить, что несмотря на все проблемы вендинг является одним из самых перспективных направлений развития потребительского рынка в России. С каждым годом он стремительно набирает обороты. Количество устанавливаемых торговых автоматов растет на сотни процентов в год. И если законодатель обратит внимание на все проблемы вендинга, то потребительский рынок в России получит совершенно инновационный, эффективный и комфортный для покупателей вид торговли.

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ : в ред. федер. закона от 05.12.2017 N 379-ФЗ // Собрание законодательства РФ. — 1996. — № 5. — Ст. 410. — 29 янв.
2. ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения : утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_167655/ (дата обращения 25.03.2018).
3. О внесении изменений в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты Российской Федерации : федер. закон Рос. Федерации от 03.07.2016 N 290-ФЗ: в ред. федер. закона от 27.11.2017 N 337-ФЗ // Российская газета. — 2016. — № 151. — 12 июл.
4. О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа : федер. закон Рос. Федерации от 22.05.2003 N 54-ФЗ: в ред. федер. закона от 03.07.2016 N 290-ФЗ // Российская газета. — 2003. — № 99. — 27 мая.
5. О защите прав потребителей : закон Рос. Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 : в ред. федер. закона от 01.05.2017 N 88-ФЗ // Российская газета. — 1996. — № 8. — 16 янв.
6. Садыки, М.Р. О вендинговой торговле как инновационном ресурсе развития потребительского рынка товаров и услуг / М.Р. Садыки // РППЭ. — 2013. — №4 (38). — С. 257-260.

Удалов Д.Э.

К вопросу о совершенствовании правового регулирования туристской деятельности

*Государственное автономное образовательное учреждение высшего образования города Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю.А. Сенкевича»
(Россия, Москва)*

doi:10.18411/spc-20-04-2018-14

idsp: 000001:spc-20-04-2018-14

Аннотация

Статья посвящена анализу законодательных новелл, в сфере государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации. Рассматриваются основные положения законодательства, определяющие порядок организации деятельности предприятий туристской индустрии.

Ключевые слова: правовое регулирование, туризм, законодательство о туризме, участники туристских отношений, туроператор, турагент.