

---

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО

ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

---



НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
СТАНДАРТ  
РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

**ГОСТ Р**

*(проект, первая  
редакция)*

---

**Руководство по добросовестной практике продажи  
товаров дистанционным способом с использованием сети  
Интернет**

Настоящий проект стандарта не подлежит применению  
до его утверждения

Москва  
АНО РИПИ  
2016

## 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 №

4 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

*Правила применения настоящего стандарта установлены ГОСТ Р 1.0 – 2012 (раздел 8).*

*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 ([www.gost.ru](http://www.gost.ru))*

Стандартинформ, 2016

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

**Содержание**

1. Область применения
2. Термины и определения
3. Торговая площадка (сайт, интернет магазин)
4. Продавец
5. Информационные сведения о продавце товаров
6. Подтверждение о принятии акцепта, оформлении заказа на покупку товаров и заключение договора купли-продажи
7. Информационные сведения об организациях, занимающихся выдачей кассовых чеков
8. Безналичная оплата товаров
9. Наличная оплата товаров
10. Доставка товаров
11. Обмен или возврат товаров надлежащего качества, соответствующих заявленным характеристикам
12. Замена или возврат товаров ненадлежащего качества, не соответствующих заявленным характеристикам

## Введение

В настоящее время все большее количество потребительских товаров приобретается путем дистанционных способов торговли. Растет число интернет-магазинов и торговых интернет-площадок, предлагающих свои услуги в этой сфере. 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 (оказания услуг).

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. Стандарт является инструментом, который позволит уменьшить количество обращений потребителей в контролирующие и надзорные государственные органы, а также снизит число судебных исков, вызванных потребительской неграмотностью, как продавцов, так и потребителей.

**Руководство по добросовестной практике продажи товаров  
дистанционным способом с использованием сети Интернет**

---

**Дата введения —**

**1. Область применения**

- 1.1. Настоящий стандарт распространяется на деятельность лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью в сфере дистанционных продаж потребительских товаров с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
- 1.2. Стандарт устанавливает принципы добросовестной практики и рекомендации по реализации дистанционных продаж потребительских товаров на торговых Интернет-площадках.

**2. Термины и определения**

В настоящем стандарте применены следующие термины с соответствующими определениями.

- 2.1. **активная ссылка:** Ссылка, открытие которой приводит к переходу на другую информационную страницу или сайт.
- 2.2. **дистанционная торговля:** Продажа товаров дистанционным способом с использованием сети Интернет.
- 2.3. **обратная доставка товаров:** Доставка товаров ненадлежащего качества, не соответствующих заявленным характеристикам, от покупателя к продавцу.
- 2.4. **покупатель:** Гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары дистанционным способом с использованием сети "Интернет" исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.
- 2.5. **продавец:** Организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, осуществляющие

продажу товаров дистанционным способом с использованием сети "Интернет", исключающим возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора

- 2.6. **товар с индивидуально-определёнными свойствами:** Товар, который ввиду особых свойств, может быть использован исключительно приобретающим его покупателем.
- 2.7. **торговая Интернет-площадка:** Общедоступный информационный сайт, где непосредственно реализуется дистанционная купля-продажа товаров.

### **3. Торговая интернет-площадка**

- 3.1. Торговая Интернет-площадка должна иметь доступный интерфейс, обеспечивающий оперативность взаимодействия покупателя с продавцом.
- 3.2. На торговой Интернет-площадке, помимо сведений, размещение которых предусмотрено в силу закона, должны размещаться следующие сведения утилитарного характера:
- об организациях-агентах, занимающихся выдачей кассовых чеков;
  - о порядке направления акцепта;
  - о порядке оформления заказа на покупку товаров;
  - о порядке отмены оформленного заказа на покупку товаров;
  - о порядке оформления договора купли-продажи товаров;
  - о порядке расторжения оформленного договора купли-продажи товаров;
  - о доступных способах оплаты произведённых заказов на покупку товаров;
  - об отмене платежей по произведённым заказам на покупку товаров;
  - о возврате денежных средств в связи с отменой платежей по произведённому заказу на покупку товаров;
  - о способах и процедуре осуществления доставки приобретённых товаров;
  - о стоимости доставки приобретённых товаров;
  - о способах и порядке оплаты назначенной доставки приобретённых товаров;

- о порядке изменения адреса назначенной доставки приобретённых товаров;
  - о порядке отмены назначенной доставки приобретённых товаров;
  - о возможности получения скидок и дополнительных поощрительных бонусов;
  - о проведении акций;
  - о порядке обмена или возврата товаров надлежащего качества, соответствующих заявленным характеристикам;
  - о порядке замены или возврата товаров, не соответствующих заявленным характеристикам;
  - о порядке замены или возврата товаров ненадлежащего качества;
  - о возможности получения бесплатной консультации у представителя администрации торговой Интернет-площадки;
  - о возможности опубликования индивидуальных отзывов, касающихся оценки качества товаров, оказанных услуг и (или) интерфейса торговой Интернет-площадки.
- 3.3. Информация, размещаемая на торговой Интернет-площадке, должна быть актуальной.
- 3.4. Продавцам рекомендуется обеспечить покупателей возможностью размещения индивидуальных отзывов, касающихся оценки качества товаров, оказанных услуг и (или) интерфейса торговой Интернет-площадки.
- 3.5. Продавцам рекомендуется разработать готовые формы опросных листов для выявления покупательской оценки качества товаров, оказанных услуг и (или) интерфейса торговой Интернет-площадки.
- 3.6. Продавцам рекомендуется размещать на торговой Интернет-площадке активные ссылки на положения в нормативно-правовых актах, регулирующих договорные и связанные с ними отношения с покупателями.
- 3.7. Продавцам рекомендуется информировать покупателей, использующих личные сведения при оформлении заказов на покупку товаров, о соблюдении нормативно-правового акта, регламентирующего защиту персональных данных, посредством размещения активных ссылок на соответствующие положения обозначенного акта.

#### **4. Информационные сведения о товарах**

4.1. На сайте торговой интернет-площадки должна быть размещена следующая информация о товаре:

- максимально детализированная информация об основных потребительских свойствах товара,
- изображение (фотография) товара,
- габариты,
- место изготовления,
- срок службы, 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, действующие на условия приобретения товара, с указанием срока их действия

4.2. Продавцам рекомендуется размещать информацию на торговой интернет-площадке обо всех дополнительных предметах, составляющих полную комплектацию товара.

В частности, к таковым предметам относятся:

- пакет инструкций по эксплуатации;
- пакет инструкций по сборке (разборке);
- элементы энергопитания;
- сопутствующие аксессуары;
- расходные материалы
- упаковочные материалы.

4.1. Продавцам рекомендуется размещать разноразмерные фотографические снимки, полностью соответствующие описательным характеристикам товаров.

4.2. Продавцам рекомендуется размещать активные ссылки на сертификаты соответствия товаров требованиям закона непосредственно в разделах, касающихся описательных характеристик товаров.

## **5. Информационные сведения о продавце товаров**

Продавцам рекомендуется размещать следующие идентификационные сведения:

- полное наименование торговой Интернет-площадки;
- ИНН (идентификационный номер налогоплательщика);
- режим функционирования специалистов торговой Интернет-площадки (продавцов, консультантов);
- режим работы администрации торговой Интернет-площадки.

**6. Подтверждение о принятии акцепта, оформлении заказа на покупку товаров и заключение 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. Способы направления подтверждения о принятии акцепта, оформлении заказа на покупку товаров и заключении договора купли-продажи приведены в Таблице 1.

Таблица 1

№	Способы направления подтверждения
1	осуществление входящего телефонного звонка
2	отправление уведомительного SMS-сообщения
3	отправление уведомительного MMS-сообщения (в случае использования фотографических снимков товаров)
4	отправление уведомительного сообщения на адрес электронной почты
5	отправление уведомительного сообщения в Личный кабинет

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

## **7. Информационные сведения об организациях, занимающихся выдачей кассовых чеков**

В случаях, когда кассовые чеки выдаются покупателям организациями-агентами, имеющими соответствующие договорные отношения с продавцами, продавцам рекомендуется информировать 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 на торговой Интернет-площадке, подтверждение о получении денежных средств, бланк накладной и (или) акта сдачи-приёмки.

## **9. Наличная оплата товаров**

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

## **10. Доставка товаров**

10.1 Продавцам рекомендуется размещать на торговой Интернет-площадке полный перечень способов доставки товаров.

10.2 Продавцам рекомендуется при наличии двух и более способов доставки товаров предоставить покупателям возможность выбора наиболее удобного для них способа.

10.3 Продавцам рекомендуется размещать активные ссылки на описание каждого способа доставки товаров.

В описании способа доставки товаров должны содержаться сведения:

- о службе, осуществляющей доставку товаров;
- о доступных способах и порядке оплаты доставки товаров;
- о стоимости услуги по доставке товаров;
- о предполагаемых сроках доставки товаров;

- о материалах, применяемых для упаковки товаров и их защиты от возможных механических повреждений;
- о возможности отказа от товаров в случае обнаружения у них недостатков, явно возникших при осуществлении транспортировки<sup>1</sup>;
- о необходимости оплаты оказанной услуги по доставке товаров надлежащего качества при отказе от них покупателей.

## **11 Обмен или возврат товаров надлежащего качества, соответствующих заявленным характеристикам**

11.1 Продавцам рекомендуется размещать на торговой Интернет-площадке информационные сведения о порядке обмена или возврата товаров надлежащего качества, соответствующих заявленным характеристикам.

Необходимо уточнять, что данные товары должны сохранять товарный вид и потребительские свойства.

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

11.3 Продавцам рекомендуется предоставить покупателям возможность выбора наиболее удобного им способа связи для обмена или возврата товаров надлежащего качества, соответствующих заявленным характеристикам.

11.4 Возможные способы связи продавца и покупателя при обмене или возврате товаров, соответствующих заявленным характеристикам и отличающихся надлежащих качеством приведены в Таблице 2.

Таблица 2

№	Способы связи
1.	осуществление входящего телефонного звонка
2.	отправление уведомительных SMS-сообщений
3.	заполнение веб-формы в Личном кабинете
4.	направление заполненной формы по электронной почте
5.	направление письма в свободной форме по электронной почте

<sup>1</sup> В данном случае имеются в виду недостатки в виде механических повреждений, приведших к утрате потребительских свойств и товарного вида (к примеру, сколы, трещины и т.п.).

11.5 Продавцам рекомендуется разработать готовую форму для покупателей, выступающих с инициативой обмена или возврата товаров надлежащего качества, соответствующих заявленным характеристикам.

11.6 Продавцам рекомендуется присваивать идентификационные номера обращениям покупателей, решивших произвести обмен или возврат товаров надлежащего качества, соответствующих заявленным, а также вести на основе имеющихся персонифицированных данных электронный журнал учёта таких обращений.

11.7 Продавцам рекомендуется обеспечить покупателей возможностью пользования платной услугой обмена или возврата товаров надлежащего качества, соответствующих заявленным характеристикам, по месту нахождения и с последующей доставкой таких товаров до продавцов.

11.8 Продавцам рекомендуется информировать покупателей товаров с индивидуально-определёнными свойствами, о том, что они не вправе отказаться от таких товаров, если те отличаются надлежащим качеством.

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

12.1 Продавцам рекомендуется размещать на торговой Интернет-площадке информационные сведения о порядке замены или возврата товаров ненадлежащего качества, не соответствующих заявленным характеристикам.

12.2 Продавцам рекомендуется указывать тот способ связи с покупателями, который наиболее оперативно может обеспечить замену или возврат товаров ненадлежащего качества, не соответствующих заявленным характеристикам (см. таблицу 2).

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

12.4 Продавцам рекомендуется разработать готовую претензионную форму для покупателей, выступающих с инициативой замены или возврата товаров ненадлежащего качества, не соответствующих заявленным характеристикам.

12.5 Продавцам рекомендуется присваивать идентификационные номера обращениям покупателей, выступающих с инициативой замены или возврата товаров ненадлежащего качества, не соответствующих заявленным характеристикам, а также

вести на основе имеющихся персонифицированных данных электронный журнал учёта 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 В случае возврата покупателю денежных средств, продавцам рекомендуется осуществлять возврат тем же способом, которым была произведена оплата покупателем.

В случае отсутствия у продавца или у покупателя технической возможности осуществить возврат или прием денежных средств тем же способом, которым была произведена оплата, продавцам рекомендуется предоставлять покупателям возможность выбора другого технически возможного для продавца способа возврата денежных средств покупателю.

---

УДК 006.88

ОКС 03.120; 13.120

Ключевые слова:

---

Руководитель организации-разработчика

Автономная некоммерческая организация

«Российский институт потребительских испытаний» (АНО РИПИ)

Руководитель разработки

Председатель Экспертного Совета \_\_\_\_\_ Волчек С. Г.

личная подпись

Председатель Высшего Совета

АНО РИПИ \_\_\_\_\_ Виноградова И.В.

личная подпись

Юрист

\_\_\_\_\_ Наниев А.И.

Эксперт по проверкам безопасности

потребительских товаров \_\_\_\_\_ Ярмухаметова А.Ю.

личная подпись