

Рекомендации по проведению открытого урока по теме:

«Сделаем цифровые рынки справедливыми и честными».

(“Making digital marketplaces fairer »)

Разработаны Управлением Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Нижегородской

1. Причина повышения внимания мирового сообщества к электронной торговле в преддверии празднования Всемирного Дня защиты прав потребителей.

Всемирный день прав потребителей, проводимый под эгидой Организации Объединенных Наций, отмечается в России ежегодно, начиная с 1994 года. По сложившейся традиции Международная Федерация потребительских организаций - **Consumers International (CI)** каждый год определяет тематику Всемирного дня прав потребителей, отмечаемого 15 марта, а в 2018 году он проходит под девизом ***“Making digital marketplaces fairer » - «Сделаем цифровые рынки справедливыми и честными».***

Индустрия "электронной коммерции" по организации продажи потребительских товаров и оказанию различных возмездных услуг в информационно-телекоммуникационной сети Интернет развивается очень динамично. Объем онлайн - продаж в Российской Федерации постоянно увеличивается. По мере глобализации данного сегмента потребительского рынка и вовлечения в него всё большего числа активных пользователей Интернетом (в том числе за счет расширения спектра соответствующих мобильных средств связи и их доступности) стали заметнее проявляться неурегулированные законодательством отношения, что позволяет недобросовестным участникам рынка использовать данное обстоятельство в целях получения максимальной выгоды в ущерб экономическим интересам и законным правам не только самих потребителей, но и добросовестных представителей бизнес - сообщества, что подрывает доверие к данному сегменту потребительского рынка.

В настоящее время цифровые технологии изменили характер многих услуг, так как встроенное программное обеспечение содержится во всё возрастающем количестве потребительских товаров, а также используется при оказании различных возмездных услуг. По мере глобализации данного сегмента потребительского рынка у граждан возникают новые социально- экономические возможности. Однако будущее успешное развитие цифровой экономики возможно только при условии, что все используемые в данной сфере технологии будут не только общедоступны, но и защищены от мошенничества, злоупотреблений и технических ошибок.

2. Основные понятия. Что такое дистанционная торговля?

Казалось бы – как удобно, не покидая дома или своего рабочего места получить желаемый и искомый товар непосредственно по месту своего нахождения. Но поскольку данный метод продаж вошел в нашу жизнь недавно, то необходимо знать про некоторые

существующие особенности, отличающие дистанционную торговлю от продажи товаров в стационарных местах торговли.

Начнем с основных понятий. Что же такое продажа товара дистанционным способом и какими законами она регулируется? В этом разделе мы неоднократно будем ссылаться на различные статьи определенных нормативно-правовых актов, а именно: «Правила продажи дистанционным способом», статья 26.1 Закона о защите прав потребителя «Дистанционный способ продажи товара», статья 497 Гражданского кодекса РФ «Продажа товара по образцам и дистанционный способ продажи товара» и даже статья 8 Федерального закона «О рекламе». Также стоит упомянуть «Европейскую конвенцию о международной почтовой и дистанционной торговле», которую еще называют Европейским этическим кодексом. Итак определение понятия...

Данное определение тождественно в разных законах и сформулировано вполне четко - *"продажа товаров дистанционным способом" - продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или посредством средств связи, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.*

Что оно подразумевает? Что у потребителя нет возможности ознакомиться ни с самим товаром, ни с образцом товара до момента его получения. А ознакомление происходит исключительно при помощи коммуникативных средств, таких как каталоги, почтовые рассылки, рекламные объявления, телефон, телевидение, видеотекст, аудиотекст, CD ROM, Интернет или любой другой (интерактивный) способ коммуникации, а также когда потребитель имеет возможность получить информацию о коммерческом предложении и сделать заказ с помощью различных каналов распространения информации, используя для этого один или несколько упомянутых ранее способов коммуникации, в том числе интерактивный. Также при совершении сделки обе стороны не встречаются лицом к лицу. Эти определения взяты из Европейской конвенции, поскольку в отечественных законодательных актах это так подробно не отражено.

В итоге мы имеем, что любая продажа, осуществленная без непосредственного присутствия продавца, на основании информации, взятой из каталогов, телевидения, радио, интернет-ресурсов, рекламных буклетов будет причислена к разряду дистанционных продаж.

Как же в таких случаях заключается договор купли-продажи? Информация, размещенная на сайте интернет-магазина, в печатном каталоге, на телевидении или иным подобным вышперечисленным способом вполне может расцениваться, как публичная оферта товара со всеми вытекающими из этого предложениями обязательствами.

Статья 494. Публичная оферта товара

1. Предложение товара в его рекламе, каталогах и описаниях товаров, обращенных к неопределенному кругу лиц, признается публичной офертой (пункт 2 статьи 437), если оно содержит все существенные условия договора розничной купли-продажи.

Это подтверждается и пунктом Правил: *Предложение товара в его описании, обращенное к неопределенному кругу лиц, признается публичной офертой, если оно достаточно определено и содержит все существенные условия договора. Продавец обязан заключить договор с любым лицом, выразившим намерение приобрести товар, предложенный в его описании.*

На основании подобной оферты покупателем может быть заявлен акцепт, то есть согласие заключить договор купли-продажи на предъявленных условиях. Это, к примеру, заполнение формы заказа на сайте, телефонный звонок продавцу для оформления заказа или иной, предложенный продавцом способ.

Статья 438. Акцепт

Акцептом признается ответ лица, которому адресована оферта, о ее принятии.

С того момента, как покупателем заявлен акцепт, договор купли-продажи при дистанционной продаже может считаться заключенным. Причем именно с этого момента, согласно Правилам продажи товаров дистанционным способом:

Договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар.

Обратите внимание, что после того, как вами заявлено согласие о приобретении товара, а продавцом подтвержден заказ, продавец не вправе изменять условия договора – то есть изменять цену или условия приобретения. Если условия будут изменены, то вы вправе настаивать на заключении договора на предъявленных изначально условиях. Таковы правила публичного договора, заключенного на основании публичной оферты.

Стоит помнить, что не все товары, можно продавать дистанционным методом. Существуют определенные ограничения. Не допускается продажа дистанционным способом алкогольной продукции, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации. (например, табачная продукция и табачные изделия). ПЕРЕЧЕНЬ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ И ОТХОДОВ ПРОИЗВОДСТВА, СВОБОДНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ КОТОРЫХ ЗАПРЕЩЕНА определена Указом Президента РФ от 22 февраля 1992 года N 179 (это драгоценные камни и изделия из них, лекарственные средства, за исключением лекарственных трав, оружие и др.)

При принятии решения о покупке товара дистанционным методом особое внимание следует уделить информации, которую предоставляет продавец о себе, о товаре и об условиях покупки. Если информация неполная или недостоверная, то следует воздержаться от покупки у этого продавца. Какая же информация должна в обязательном порядке предоставляться покупателю? Правила продажи товаров дистанционным способом содержат, как перечень общей необходимой информации, которая в Законе о защите прав потребителя указана в статьях 8 и 10, так и некоторую специальную информацию, которая предоставляется только при таком способе продажи. Стоит привести ее полностью.

8. Продавец должен до заключения договора розничной купли-продажи (далее - договор) предоставить покупателю информацию об основных потребительских свойствах товара и адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, полном фирменном наименовании (наименовании) продавца, о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора.

9. Продавец в момент доставки товара обязан довести до сведения покупателя в письменной форме следующую информацию (для импортных товаров - на русском языке):

а) наименование технического регламента или иное обозначение, установленное законодательством Российской Федерации о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара;

б) сведения об основных потребительских свойствах товара (работ, услуг), а в отношении продуктов питания - сведения о составе (в том числе наименование использованных в процессе изготовления продуктов питания пищевых добавок,

биологически активных добавок, информация о наличии в продуктах питания компонентов, полученных с применением генно-инженерно-модифицированных организмов), пищевой ценности, назначении, об условиях применения и хранения продуктов питания, о способах изготовления готовых блюд, весе (объеме), дате и месте изготовления и упаковки (расфасовки) продуктов питания, а также сведения о противопоказаниях для их применения при отдельных заболеваниях;

в) цена в рублях и условия приобретения товара (выполнения работ, оказания услуг);

г) сведения о гарантийном сроке, если он установлен;

д) правила и условия эффективного и безопасного использования товаров;

е) сведения о сроке службы или сроке годности товаров, а также сведения о необходимых действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товары по истечении указанных сроков представляют опасность для жизни, здоровья и имущества покупателя или становятся непригодными для использования по назначению;

ж) адрес (место нахождения), полное фирменное наименование (наименование) продавца;

з) сведения об обязательном подтверждении соответствия товаров (услуг) обязательным требованиям, обеспечивающим их безопасность для жизни, здоровья покупателя, окружающей среды и предотвращение причинения вреда имуществу покупателя в соответствии с законодательством Российской Федерации;

и) сведения о правилах продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг);

к) сведения о конкретном лице, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информация о нем, если это имеет значение исходя из характера работы (услуги);

л) Информация о порядке и сроках возврата товара потребителем должна содержать:

- адрес (место нахождения) продавца, по которому осуществляется возврат товара;
- режим работы продавца;
- максимальный срок, в течение которого товар может быть возвращен продавцу, или минимально установленный срок, предусмотренный [пунктом 21](#) настоящих Правил;
- предупреждение о необходимости сохранения товарного вида, потребительских свойств товара надлежащего качества до возврата его продавцу, а также документов, подтверждающих заключение договора;
- срок и порядок возврата суммы, уплаченной покупателем за товар.

Покупатель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара - в течение 7 дней.

В случае если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, покупатель вправе отказаться от товара в течение 3 месяцев с момента передачи товара.

Если приобретаемый покупателем товар был в употреблении или в нем устранялся недостаток (недостатки), покупателю должна быть предоставлена информация об этом.

Информация о товарах доводится до сведения покупателя в технической документации, прилагаемой к товарам, на этикетках, путем нанесения маркировки на

электронных носителях, прикладываемых к товару, в самом товаре (на электронной плате внутри товара в разделе меню), на таре, упаковке, ярлыке, или иным способом, принятым для отдельных видов товаров.

Особое внимание стоит уделить наличию информации о продавце. Если в предложении или при доставке товара не указывается фирменное наименование продавца, а также его адрес, а только указаны контактные телефоны, то стоит воздержаться от покупки. В противном случае, если возникнет необходимость вернуть, обменять товар или предъявить рекламацию по недостатку, то вы просто напросто не будете знать, куда обратиться и предъявить претензию со своим требованием. Кстати, изначальное предоставление открытой информации о местонахождении и наименовании продавца может служить косвенным подтверждением его надежности, добропорядочности и законопослушности. Даже Закон о Рекламе содержит норму о предоставлении информации при дистанционной торговле.

Статья 8. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи

В рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

При продаже технически сложных товаров покупателю должна быть предоставлена дополнительная информация о товаре.

Продавец должен сообщить покупателю о необходимости использования квалифицированных специалистов по подключению, наладке и пуску в эксплуатацию технически сложных товаров, которые по техническим требованиям не могут быть пущены в эксплуатацию без участия соответствующих специалистов.

Несоблюдение предоставления информации влечет для продавца административную ответственность.

3.Необходимая информация получена. Решение о покупке принято. Особенности дистанционной покупки.

При получении заказанного товара потребителю необходимо изучить информацию о товаре и изготовителе, которая должна содержать:

- наименование технического регламента или иное обозначение, установленное законодательством Российской Федерации о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара;
- сведения об основных потребительских свойствах товара;
- цену, порядок и условия оплаты товара;
- сведения о гарантийном сроке, если он установлен;
- правила и условия эффективного и безопасного использования товаров;
- сведения о сроке службы или сроке годности товаров, а также сведения о необходимых действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товары по истечении указанных сроков представляют опасность для жизни, здоровья и имущества покупателя или становятся непригодными для использования по назначению;
- адрес (место нахождения), полное фирменное наименование (наименование) продавца;
- сведения об обязательном подтверждении соответствия товаров обязательным требованиям, обеспечивающим их безопасность для жизни, здоровья покупателя, окружающей среды и предотвращение причинения вреда имуществу покупателя в соответствии с законодательством РФ;

- сведения о правилах продажи;
- информацию о порядке и сроках возврата товара;
- информация об энергетической эффективности товаров, в отношении которых требование о наличии такой информации определено в соответствии с законодательством Российской Федерации об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности;
- сведения о конкретном лице, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информация о нем, если это имеет значение исходя из характера работы (услуги);

Указанная информация должна быть в момент доставки товара доведена до сведения покупателя в письменной форме (для импортных товаров - на русском языке).

При продаже товаров дистанционным способом продавец обязан предложить покупателю услуги по доставке товаров путем их пересылки почтовыми отправлениями или перевозки с указанием используемого способа доставки и вида транспорта.

Предложение покупателя о пересылке товаров почтовым отправлением в адрес "До востребования" может быть принято только с согласия продавца.

Доставленный товар передается покупателю по месту его жительства или иному указанному им адресу, а при отсутствии покупателя - любому лицу, предъявившему квитанцию или иной документ, подтверждающий заключение договора или оформление доставки товара.

Особенностью дистанционного способа продажи является способ получения товара:

-в пунктах самовывоза (магазинах);

-в отделении почты России;

-курьерской доставкой.

При получении товара в отделениях почты России уточните у сотрудника почты, кто является отправителем и сравните с информацией, которую получили на сайте при выборе товара. Если она отличается или отправитель физическое лицо, гражданин, о котором предварительно на сайте не было никакой информации, воздержитесь от получения. Практика Роспотребнадзора показывает, что зачастую такие отправители, при предъявлении претензий, скрываются и решить конфликтную ситуацию можно только в суде, при помощи органов внутренних дел по установлению личности продавца.

Для доставки товаров в место, указанное покупателем, продавец может использовать услуги третьих лиц (с обязательным информированием об этом покупателя).

Но если доставка не была осуществлена по вашей вине, то продавец вправе потребовать за повторную доставку дополнительную оплату.

В случае если доставка товара произведена в установленные договором сроки, но товар не был передан покупателю по его вине, последующая доставка производится в новые сроки, согласованные с продавцом, после повторной оплаты покупателем стоимости услуг по доставке товара.

! При приеме товара необходимо проверить целостность, комплектность товара, соответствие доставленного товара заказанному, наличие принадлежностей к товару и документации к товару и прочие характеристики доставленной вещи.

4.Нарушение сроков поставки. Возврат товара и денежных средств.

Если товар был оплачен предварительно, но не доставлен в срок по вине продавца, ответственность за нарушение срока передачи товара продавец будет нести в соответствии со ст. 23.1 Закона «О защите прав потребителей», а именно:

- в случае нарушения установленного договором купли-продажи срока передачи предварительно оплаченного товара потребителю продавец уплачивает ему за каждый день просрочки неустойку (пени) в размере половины процента суммы предварительной оплаты товара. Неустойка (пени) взыскивается со дня, когда по договору купли-продажи передача товара потребителю должна была быть осуществлена, до дня передачи товара потребителю или до дня удовлетворения требования потребителя о возврате ему предварительно уплаченной им суммы. Однако, сумма взысканной потребителем неустойки (пени) не может превышать сумму предварительной оплаты товара.

Продавец не вправе предлагать потребителю товары, не указанные в первоначальном предложении товаров к продаже, а также требовать их оплаты.

Ну вот... Товар выбран, доставлен, оплачен. Казалось бы – пользоваться и радоваться. Но бывает так, что при ближайшем рассмотрении оказывается, что это не совсем то, что ожидал увидеть покупатель, заказывая товар только на основании предоставленной информации. Наступило «охлаждение к покупке - cooling to purchase». Именно такой термин используется для определения этой ситуации, и пришел он к нам из тех стран, где дистанционная торговля возникла намного раньше. Правила продажи товаров дистанционным способом и статья 26.1 Закона о защите прав потребителя предоставляют покупателю возможность отказаться от разонравившегося товара. В Европейском этическом кодексе это носит название – «сатисфакция или возврат денег». И включение данного пункта в законы РФ полностью соответствует данной Европейской конвенции, как по условиям, так и по срокам предъявления такого требования. Вкратце – покупатель имеет возможность отказаться от товара в течение семи дней или, при не предоставлении информации об условиях возврата, в течение трех месяцев с момента передачи ему товара.

Статья 26.1 Дистанционный способ продажи товара

Потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара - в течение семи дней.

В случае, если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, потребитель вправе отказаться от товара в течение трех месяцев с момента передачи товара.

Как же должна выглядеть информация о сроках и порядке возврата?

Информация о порядке и сроках возврата товара потребителем должна содержать:

а) адрес (место нахождения) продавца, по которому осуществляется возврат товара;

б) режим работы продавца;

в) максимальный срок, в течение которого товар может быть возвращен продавцу, или минимально установленный срок, предусмотренный пунктом 21 настоящих Правил;

г) предупреждение о необходимости сохранения товарного вида, потребительских свойств товара надлежащего качества до возврата его продавцу, а также документов, подтверждающих заключение договора;

д) срок и порядок возврата суммы, уплаченной покупателем за товар.

Есть ряд условий, соблюдение которых необходимо для осуществления возврата. В противном случае продавец вправе отказать потребителю по формальным признакам.

Возврат товара надлежащего качества возможен в случае, если сохранены его товарный вид, потребительские свойства, а также документ, подтверждающий факт и условия покупки указанного товара.

Основное здесь – сохранение товарного вида и потребительских свойств. Здесь в отличие от статьи 25 ЗоЗПП «Право потребителя на обмен товаров надлежащего качества» нет обязательного условия, чтобы товар не был в употреблении. Но его товарный вид должен быть сохранен полностью. Если, к примеру, товар был упакован в фабричную одноразовую «блистерную» упаковку, то вскрытие такой упаковки автоматически приводит к потере товарного вида. Отказ продавца в этом случае будет правомерен. Несмотря на условие наличия документа, подтверждающего факт совершения покупки, оно не является обязательным.

Отсутствие у покупателя указанного документа не лишает его возможности ссылаться на другие доказательства приобретения товара у данного продавца.

Таковыми доказательствами могут послужить свидетельские показания, наличие на упаковке товара фирменной маркировки продавца, гарантийный талон с датой и серийным номером и иные доказательства, которые сможет предоставить покупатель для подтверждения покупки данного товара у конкретного продавца.

Есть определенные небольшие ограничения по товару надлежащего качества, который не может быть возвращен продавцу по причине охлаждения к покупке.

Покупатель не вправе отказаться от товара надлежащего качества, имеющего индивидуально-определенные свойства, если указанный товар может быть использован исключительно приобретающим его потребителем.

Что в данном случае подразумевается под товарами с индивидуально-определенными свойствами? Индивидуально определенные свойства - такие свойства, которые созданы под индивидуальный заказ потребителя и не могут быть воспроизведены в массовом порядке, или на котором указаны данные будущего владельца-потребителя. Пример - ваза с гравировкой имени владельца. Вещь изготовлена по заказу потребителя со специфическими условиями, и её затруднительно реализовать. Пример - изготовление обуви по меркам конкретного человека, присланным дистанционно.

Иных ограничений по товару не существует. Вот здесь мы подошли к очень спорному вопросу о правоприменении Перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации к продажам, осуществленным дистанционным способом. Данный перечень содержит достаточно обширные ограничения по возможности обмена и возврата товара и был издан во исполнение статьи 25 ЗоЗПП, регулирующей право покупателя на обмен товаров надлежащего качества. К примеру, это технически сложные товары, товары личной гигиены и контактирующие с пищевыми продуктами, животные и растения и многие другие товары. Очень многие продавцы пытаются его применить и к требованию покупателя о возврате товара, проданного дистанционным способом. Насколько это правомерно? Начнем с того, что ни статья 26.1 ЗоЗПП, ни Правила продажи товаров дистанционным способом не содержат ссылки на перечень, ограничивающий круг возвращаемых товаров, кроме упоминания о товарах с индивидуально-определенными свойствами. К тому же применение данного перечня противоречит самому принципу возможности возврата товара по причине охлаждения к покупке. Информация о товарах, представленная, принятыми при дистанционной продаже способами, зачастую не дает возможности полного представления о товаре, и отсутствие возможности вернуть такой товар ущемляет права потребителя.

Правда, потребителю придется оплатить продавцу расходы по доставке товара от потребителя к продавцу. Но в той же Европейской конвенции указано - единственные расходы, которые могут оплачиваться потребителем, - это прямая стоимость возврата товара. При желании покупатель может избежать этих трат, оговорив с продавцом возможность непосредственного самостоятельного возврата покупателем товара в место нахождения продавца. Срок возврата уплаченной суммы оговаривается в законе и равняется 10 дням. Следует также помнить, что неустойки за несоблюдение сроков о возврате уплаченной суммы за товар, возвращаемый по вышеуказанным основаниям, не предусмотрено. Но продавца можно привлечь к ответственности по Гражданскому кодексу за неправомерное использование чужих денежных средств.

При отказе покупателя от товара продавец должен вернуть ему сумму, уплаченную покупателем в соответствии с договором, за исключением расходов продавца на доставку от покупателя возвращенного товара, не позднее чем через 10 дней с даты предъявления покупателем соответствующего требования.

В Правилах указаны также документы, оформляемые при возврате товара, а также способы возврата уплаченной суммы.

При возврате покупателем товара надлежащего качества составляются накладная или акт о возврате товара, в котором указываются:

- а) полное фирменное наименование (наименование) продавца;*
- б) фамилия, имя, отчество покупателя;*
- в) наименование товара;*
- г) даты заключения договора и передачи товара;*
- д) сумма, подлежащая возврату;*

е) подписи продавца и покупателя (представителя покупателя). Отказ или уклонение продавца от составления накладной или акта не лишают покупателя права требовать возврата товара и (или) возврата суммы, уплаченной покупателем в соответствии с договором.

В случае если возврат суммы, уплаченной покупателем в соответствии с договором, осуществляется одновременно с возвратом товара покупателем, возврат указанной суммы осуществляется продавцом с согласия покупателя одним из следующих способов:

- а) наличными денежными средствами по месту нахождения продавца;*
- б) почтовым переводом;*
- в) путем перечисления соответствующей суммы на банковский или иной счет покупателя, указанный покупателем.*

Расходы на осуществление возврата суммы, уплаченной покупателем в соответствии с договором, несет продавец.

5. Будущее за электронной торговлей. Преимущества и недостатки электронной коммерции.

Преимущества электронной коммерции

Для организаций

- Глобальный масштаб
- Сокращение издержек
- Улучшение цепочек поставок
- Бизнес всегда открыт
- Персонализация
- Быстрый вывод товара на рынок
- Низкая стоимость распространения цифровых продуктов

Для потребителей

- Повсеместность
- Анонимность

- Большой выбор товаров и услуг
- Персонализация
- Более дешевые продукты и услуги
- Оперативная доставка
- Электронная социализация

Для общества

- Широкий перечень предоставляемых услуг (например, образование, здравоохранение, коммунальное обслуживание)
- Повышение уровня жизни
- Повышение национальной безопасности
- Уменьшение «цифрового» разрыва
- Онлайн-продажа/заказ товаров/услуг уменьшает автомобильный трафик и снижает загрязнение окружающей среды

Недостатки электронной коммерции

Для организаций

- Возможные сомнения сторон по поводу принадлежности того или иного проекта к компании (негативная анонимность)
- Некоторая сложность в ведении и узаконивании деятельности предприятия в интернете

Для потребителей

- Недоверие потребителя к услугам, продаваемым посредством интернета^[8]
- Невозможность «потрогать» товар руками
- Ожидание доставки приобретенной продукции
- Возможные трудности и расходы при возврате товара

Для общества

- Привлекательная платформа для мошенничества (снижение уровня сетевой безопасности)
- Вытеснение с рынка коммерческих офлайн-предприятий

Для государства

- Недополучение в бюджет государства налоговых выплат при ведении «серых» схем учета

6. Анкетирование.