**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ**

Магистерская диссертация

**Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций –**

[**http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml**](http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml)

2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ 2](#_Toc122102850)

[1 ПОНЯТИЕ И OСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 4](#_Toc122102851)

[1.1 Понятие, виды и история развития электронной коммерции 4](#_Toc122102852)

[1.2 Дистанционная торговля как вид электронной коммерции 14](#_Toc122102853)

[1.3 Правовой статус продавца и оператора площадки дистанционной торговли 21](#_Toc122102854)

[2. ДОГОВОР ДИСТАНЦИОННОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ 29](#_Toc122102855)

[2.1 Понятие и существенные условия договора дистанционной купли-продажи 29](#_Toc122102856)

[2.2 Порядок заключения договора дистанционной купли-продажи 29](#_Toc122102858)

[2.3. Особенности прав и обязанностей сторон по договору дистанционной купли-продажи. Исполнение договора 48](#_Toc122102859)

[2.4 Ответственность. Защита прав потребителя по договору дистанционной купли-продажи 61](#_Toc122102860)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 70](#_Toc122102861)

[БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 71](#_Toc122102862)

**Вернуться в электронную библиотеку по экономике, менеджменту, праву и экологии –**

[**http://учебники.информ2000.рф**](http://учебники.информ2000.рф)

# ВВЕДЕНИЕ

Еще с древних времен продажи занимали особенное место в развитии экономики всех стран. Сегодня же, кроме классического способа приобретения товара, когда нужно прийти в магазин и из имеющегося в наличии на витрине выбрать подходящий товар, померить, подержать в руках, разглядеть со всех сторон, наглядно изучить функционал, существует и дистанционный способ приобретения. В условиях мирового цейтнота стремительное развитие компьютерных и информационных технологий занимает все более прочное место во всех сферах деятельности человека, в том числе и в коммерческой сфере. Такое явление способствовало развитию практики заключения дистанционных договоров.

Дистанционный способ продажи товара подразумевает ознакомление потенциального покупателя только с описанием товара и его наглядным изображением, при этом отсутствует тактильный контакт.

В двадцатом столетии такой договор, заключенный заочно при помощи различных средств связи, получил международное нормативное закрепление «договор дистанционной купли-продажи»» и определил понятие самих дистанционных продаж. С каждым днем такой договор набирает все большую популярность. Во главе осуществления действий по реализации купли-продажи находятся действия продавца, демонстрирующего покупателю изображение товара и описывающего его потребительские качества.

Для удовлетворения потребительского спроса на товары, получили развитие Интернет-магазины, которые из-за снижения расходов по содержанию торговых площадей и меньшего количества обслуживающего персонала могут продавать товары по более выгодным для потребителя ценам.

Российское законодательство стремится к все более полному охвату направления дистанционных продаж широкого спектра товаров. Это связано с созданием механизма доставки товара, его выбора, ознакомления с ним. Кроме того, предусмотрена возможность возврата качественного и некачественного товара, что гарантирует защиту прав покупателя. Существует ряд пробелов в законодательстве об обороте товаров в сети Интернет, в связи с отсутствием на законодательном уровне специальных нормативных актов, регулирующих данные правоотношения. К сожалению, практика показывает, что существуют и негативные моменты, так например, появляются и проблемы защиты прав потребителей.

При разработке рекомендаций по устранению недостатков и совершенствованию действующего гражданского законодательства в области правового регулирования отношений, связанных с совершением сделок в сети Интернет и защитой прав потребителей при совершении подобных сделок был использован логический метод, а также метод моделирования

**Научная новизна** исследования состоит в том, что настоящая работа является комплексным исследованием сделок, совершаемых с участием потребителей в сети Интернет, содержащей предложения по устранению недостатков и пробелов действующего гражданского законодательства.

# 1 ПОНЯТИЕ И OСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## 1.1 Понятие, виды и история развития электронной коммерции

В настоящее время образуются новые общественные отношения, которым требуется своевременное правовое регулирование для их систематизации и регулирования в полном объеме соразмерно с потребностями общества. М.А. Федотов[[1]](#footnote-1), проводя анализ изменений, происходящих в обществе, делает акцент на том, что в связи с технологическим развитием правоотношений, которые все больше связаны с использованием информационно-телекоммуникационных сетей и технологий, вливаясь в виртуальную среду, установившиеся направления права должны быть изменены и приспособлены к складывающимся условиям правоприменения. Электронные отношения, которые быстрыми темпами прогрессируют и развиваются в области предпринимательской деятельности (Интернет-торговле), стали причиной того, что по исследованию А.А. Тедеева[[2]](#footnote-2), в регулировании таких отношений образовался глубокий нормативно-правовой разрыв.

Также и другие исследователи, подвергая аналитическому обзору нормы современного российского законодательства, приходят к выводу о необходимости совершенствования и развития законодательства в области правовой регламентации отношений в осуществлении интернет торговли как вида электронных отношений в предпринимательской деятельности. Несмотря на все аналитические изыскания и мониторинг состояния современного рынка Интернет-торговли, за все время технологического развития общества, комплексная модель правового регулирования в сфере электронной торговли авторами не предлагалась[[3]](#footnote-3).

С момента, когда начали возникать компьютерные технологии одна из частей электронной торговли, такая как - деятельность по использованию электронных технологий в отдельных экономических сферах, регулировалась на законодательном уровне. В 60-70-х годах прошлого века было положено начало законодательного закрепления деятельности субъектов информационных отношений, непосредственно электронного документооборота [3].

Еще в Советском Союзе в условиях плановой экономики применяли системный подход при проведении работ по структуризации и кодированию технико-экономической информации. Данный подход был сформулирован и принят в соответствии с Постановлением Совета Министров СССР № 458 от 02 июля 1971 года «Об улучшении организации и ускорении работ по созданию унифицированных систем документации и единой системы классификации и кодирования технико-экономической информации, используемых в автоматизированных системах управления в народном хозяйстве».

До появления компьютерных сетей и электронного документооборота в единых компьютерных сетях, в нашем государстве существовала деятельность автоматизированных систем управления и применение документов. Данные системы были изготовлены на базе средств электронно­вычислительной техники, в том числе представляющие технические но­сители информации в виде магнитных дисков, перфокарт, перфолент, магнитных лент и др. Проводя анализ законодательства об информации в автоматизированных системах управления, А.Б. Венгеров делал упор на то, что состав законодательной нормативно-правовой базы, направлен исключительно на регулирование информационной направленности автоматизации управления. Например, Постановление Совета Министров СССР № 459 «О мерах по дальнейшему улучшению организации учета и отчетности в народном хозяйстве» от 02 июля 1971 года. Однако постановление № 459 было признанным недействительным и отменено постановлением Совета Министров СССР № 712 от 04 июня 1988 года, для систематизации законодательства и правового регулирования, по причине принятия Закона СССР «О государственном предприятии (объединении)».

Во времена первоначального технологического прогресса и с развитием первых информационных систем в большинстве своем преобладала весьма неконструктивная нормативная база, регулирующая и устанавливающая общий порядок представления документов, обработка которых производилась с помощью электронно-вычислительной техникой[[4]](#footnote-4).

Официально же правовое значение таких документов было обозначено в Постановлении Совета Министров СССР от 02 июля 1971 года «О мерах по дальнейшему улучшению организации учета и отчетности в народном хозяйстве», в Положении, утвержденном 18 октября 1961 года Министерством финансов СССР «О документах и записях в бухгалтерском учете предприятий и учреждений». В данном положении были установлены реквизиты перфокарты, в том случае если она является оправдательным документом, в ведомственных документах, которые регулировали некоторые аспекты использования документов на носителях информации, и др. В дальнейшем данные положения были отменены в связи с принятием Положения № 105 «О документах и документообороте в бухгалтерском учете», утвержденным Министерством финансов СССР 29 июля 1983 года. Одним из примеров ведомственных документов является Письмо министерства финансов СССР №103 «Основные положения по учету материалов на предприятиях и стройках» от 03 апреля 1974 года, это письмо определяло правовое соответствие некоторых новых типов документов- табуляграмм [4].

Большими возможностями владела нормотворческая работа Госстандарта СССР, которым было утверждено в декабре 1975 года, а с января 1976 года введено в действие «Общие методические указания по внедрению унифицированных систем документации и общесоюзных классификаторов технико-экономической информации, используемых в АСУ». В данных методических указаниях были регламентированы ГОСТы на формуляры, образцы документов. В дальнейшем эти указания были отменены письмом № 9-3-1/83 Госстандарта СССР от 04 мая 1988 года[[5]](#footnote-5).

Обработка информации в ГВЦ Госплана СССР и основные этапы этого процесса получили определенное правовое регламентирование, что прослеживается и отмечается в правовой литературе. Таким образом, для качественной подготовки исходной числовой информации к расчетам на электронно-вычислительной технике и дальнейшего совершенствования данной технологии Госпланом СССР были приняты и утверждены ряд правил и требований.

Отмечается, что все эти инструкции, технические требования и правила указывают на основные характеристики данных в полном объеме, достаточном для их обработки. К основным характеристикам данных относится вид информации, полнота, достоверность, пути прохождения. Но при этом, такие вопросы, как ответственность, сроки обработки информации, учет и хранение информации проработаны не в полном объеме.

Вышеуказанные примеры нормативного законодательного закрепления говорят о том, что в период появления электронно-вычислительных машин и информационно телекоммуникационных сетей и систем государственная поддержка осуществлялась в направлении организации учета материальных ценностей, управлении экономикой. Данное исследование проводится в вопросах представляющих интерес в законодательном регулировании отношений имущественного (гражданско-правового) характера по использованию электронных документов[[6]](#footnote-6).

Обращаясь к «Основам гражданского законодательства Союза ССР и республик», проведя анализ и отбор статей, в частности обращаясь к статье 58, видим содержание общепринятого правила о заключении договора.

Виды сделок, совершаемые в письменной форме, определены статьей 44 Гражданского кодекса РСФСР. Данной статьей также было определено, что лица, которые совершают письменные сделки, должны осуществлять подпись данных сделок. Подзаконные нормативные акты, также имели важное значение в этой сфере законодательного закрепления. Так называемые «Унифицированные системы документации» за ГОСТом 6.10.4-84 № 3549, были введены в действие с июля 1987 года, при этом их утверждение состоялось еще 09 октября 1984 года Постановлением Государственного комитета СССР по стандартам. Введение в юридическое, правовое и законодательное поле документов на электронном носителе и программном языке, создаваемых на средствах ЭВМ. Постановлением Госстандарта СССР от 09 октября 1984 года № 3549 утверждены основные принципы и положения придания юридической силы документам, создаваемым на ЭВМ11. В ГОСТе 34.201-89, утвержденном Постановлением Госстандарта СССР 24 марта 1989 года № 664 указывались аспекты информационных технологий, виды, комплектность и обозначение документов при создании автоматизированных систем, комплекс стандартов и руководящих документов на автоматизированные системы. Также, о юридическом закреплении информационных технологий, техническом задание на создание автоматизированных систем, о комплексах стандартов на автоматизированные системы говорится и утверждается в ГОСТе 34.602­89, утвержденном Постановлением Госстандарта СССР 24 марта 1989 года № 661 и др. Несмотря на то, что данные ГОСТы были приняты во второй половине ХХ-го века в СССР, правового значения и законодательного закрепления они не утратили[[7]](#footnote-7). Например, ГОСТ 6.10.4-84, введенный в исполнение 01 июля 1987 года Постановлением Государственного комитета СССР по стандартам, применяется по настоящее время. В статье 46 пункта 1 Федерального закона № 148-ФЗ «О техническом регулировании» от 27 декабря 2002 года, указываются цели в соответствии с которыми распоряжения федеральных органов исполнительной власти в области технического регулирования, с 01 июля 2003 года до сроков исполнения технических регламентов, имеют рекомендательный характер и подлежат обязательному исполнению только в части, соответствующей целям данной статьи. Исходя из данной статьи Федерального закона Российской Федерации № 148-ФЗ следует, что со дня его принятия до срока исполнения соответствующих технических норм, требования к продукции или процесс проектирования, включающий все виды изысканий, монтажа, производства, строительства, эксплуатации, наладки, перевозки, хранения, реализации и утилизации, регламентируемые нормативно-правовыми актами Российской Федерации и иными распоряжениями федеральных органов исполнительной власти, исполняются в обязательном порядке только в части, удовлетворяющей целям:

* профилактика и предупреждение действий, вводящих в заблуждение потребителей;
* защиты здоровья и жизни людей, имущества юридических или физических лиц, муниципального и государственного имущества;
* организация эффективного энергопотребления;
* охраны окружающей среды, здоровья и жизни растений и животных[[8]](#footnote-8).

Необходимо обратить внимание на то, что в статье 1 Федерального закона Российской Федерации № 148-ФЗ «О техническом регулировании» указана область регламентации и управления данного закона[[9]](#footnote-9). При этом сказано, что нормы, предъявляемые к работоспособности единой сети электросвязи Российской Федерации и к продукции, сопряженные с целостным обеспечением, безопасности и устойчивости функционирования сети электросвязи, отношения, сопряженные с организацией информационной безопасности единой сети электросвязи Российской Федерации и работой в диапазонах радиочастотного эфира, регулируется законодательством Российской Федерации в сфере электросвязи[[10]](#footnote-10).

Видно, что при совершении и подписании сделок, в рассматриваемой области Интернет-торговли, участникам, совершающим данную операцию, необходимо руководствоваться требованиями Закона «О техническом регулировании», пользуясь статьями, регламентирующими электронный документооборот. Технические средства, используемые при совершении данных сделок, должны соответствовать необходимому уровню безопасности, а также должны соблюдаться законодательные закрепления в сфере электросвязи в области применения информационно­телекоммуникационного оборудования, систем и сетей[[11]](#footnote-11).

Однако в Российской Федерации глубокий интерес к сфере Интернет-торговли появился только в 1998 году, что непосредственно связано с внедрением и повсеместным развитием сети Интернет. Довольно несложная в исполнении, производстве и обеспечении услугами пользователей, технология сетей Интернет позволила продавцам расширить свой товарооборот за счет рекламных акций. В России, на данный момент, происходят процессы и наблюдаются тенденции подобные тем, что происходили на Западе в период активной фазы развития технологического прогресса и внедрение данных технологий в потребительское общество. Данному процессу характерно то, что технологическое развитие происходит намного быстрее, чем это необходимо для повсеместного распространения.

В России, в сфере информационных технологий, существует несколько десятков нормативно-правовых актов. Данные нормативные акты делятся на несколько групп.

К первой группе можно отнести акты, устанавливающие законодательные нормы по регламентации правоотношений в Интернет- торговле. К данной группе относится Конституция Российской Федерации, в которой прописаны основные права и гарантии, среди которых можно выделить статью 8. В данной статье закреплены гарантии на единство экономического пространства, свободное перемещение финансовых средств, товаров и услуг, поддержку конкуренции и свободу экономической деятельности, что в свою очередь гарантирует права и свободы человека и гражданина и их защиту

В этой же группе рассмотрим Гражданский кодекс Российской Федерации (далее ГК РФ)[[12]](#footnote-12). Данный нормативно-правовой акт, включает ряд законодательных норм, благодаря которым с помощью электронного обмена данными есть возможность заключения сделок и осуществления товарооборота на территории Российской Федерации и за ее пределами, кроме того, позволяющим производить безналичный расчет по электронным сделкам, совершая его с помощью электронных технологий в кредитно-банковской сфере.

Во вторую группу включены законы, непосредственно посвященные проблемам документооборота в электронном виде.

Электронно-цифровая подпись (далее - ЭЦП) обеспечивает распознавание и идентификацию личности, безопасность при заключении электронных контрактов и иных электронных операций, являясь основным элементом заключения электронно-цифровых операций.

К третьей группе относятся законы, которые касаются отдельных организационных функций и обеспечения работоспособности систем цифрового документооборота.

В случае нарушения законодательства Российской Федерации в области сбора, использования, хранения и распространения различной информации устанавливается ответственность, предусмотренная Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях[[13]](#footnote-13), а в частности статьями 13.11-13.13. В зависимости от тяжести нарушения норм законодательства, в данной сфере, предусмотрена уголовная ответственность, установленная главой 28 Уголовного кодекса Российской Федерации[[14]](#footnote-14).

В четвертой группе можно выделить законы, относящиеся к применению электронного документооборота в отдельных областях Интернет торговли.

Эффективное распоряжение денежными средствами, предотвращение и пресечение деятельности коррупционной направленности, развитие здоровой и добросовестной конкуренции - именно эти цели и принципы были заложены в Федеральном законе Российской Федерации №94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд», утвержденном 21 июля 2005 года[[15]](#footnote-15). Данный закон регламентировал отношения, которые отвечают за размещение заказов, регулирует общий принцип размещения заказов, а также отвечает за гласность, ясность и прозрачность размещения заказов.

В пункте 1 статьи 41.2 Федерального закона Российской Федерации №94-ФЗ содержалось положение о том, что вся документальная информация и сведения, составляющие договорную основу, должны направляться и быть размещены на официальном сайте в виде электронных документов[[16]](#footnote-16).

Документальная информация и сведения ее составляющие, которые регистрируются в электронной форме, в обязательном порядке необходимо подписывать ЭЦП соответствующего лица. Данная процедура подтверждает достоверность, подлинность и соответствие таких документальных сведений всем нормам законодательства Российской Федерации.

Параллельно, с развитием законодательной базы, регулирующей отношения в области Интернет-торговли, начало свое формирование «Бюро специальных технических мероприятий» (далее - БСТМ). Данное БСТМ было сформировано при Министерстве внутренних дел Российской Федерации в 1992 году. Одним из основных направлений работы БСТМ является планомерная разработка, борьба и предупреждение преступлений в области компьютерных технологий, а в частности Интернет-торговле. Области компетенции БСТМ очень широки и затрагивают многие сферы Интернет-мошенничества, к таковым относятся борьба с детской порнографией, пресечение незаконного оборота и распространения специальных и радиоэлектронных средств, пресечение мошенничества в сфере цифровых и электронных платежей[[17]](#footnote-17).

В Государственную думу Федерального Собрания Российской Федерации был представлен отдельный проект Федерального закона «Об электронной торговле» от 03 октября 2000 года, однако он был отклонен и отправлен на доработку, по причине того, что он еще не отвечает потребностям современного общества, а также не в полном объеме заполняет пробелы действующего законодательства Российской Федерации

Таким образом, в настоящем параграфе была проанализирована история развития законодательства об электронной торговле. Из рассмотренных исторических данных и законодательных актов, как Советского Союза, так и Российской Федерации видно, что начало цифрового документооборота и законодательной регламентации информационных отношений начинается во второй половине XX-го века. Первые правовые решения по данному вопросу были приняты в 60-70-х годах.

С развитием электронно-вычислительных машин, в период их становления и внедрения в производство и отдельные сферы применения в общественной жизни, в основном принимались законодательные акты, направленные в использовании данных ЭВМ для управления сферой экономического развития.

С развитием сети Интернет в конце XX века, положено начало активной фазы принятия нормативно-правовых актов в регулировании экономических и правовых отношений в сфере электронной торговли. В это время принималось большинство законодательных актов, направленных на регламентацию отношений в области Интернет торговли и коммерческих отношений, а также регулирующих электронный документооборот и его правовое закрепление.

Несмотря на все принятые законодательные акты, созданные специальные подразделения, направленных на борьбу с мошенничеством в Интернет-торговле, комплексного правового регулирования электронной торговли не предлагалось и до настоящего времени единого системного правового акта, регулирующего электронную торговлю, в частности Интернет- торговлю, так и не было принято.

## 1.2 Дистанционная торговля как вид электронной коммерции

Интернет-торговля – это дистанционный вид продажи товаров и заключения сделок, соответственно данный вид торговли попадает под правовое действие Закона Российской Федерации № 2300-1 «О защите прав потребителей» от 07 февраля 1992 года[[18]](#footnote-18). В данном законе, в частности в статье 26.1, говорится о том, что продавец перед заключением сделки обязан сообщать информацию о месте производства товара, полное наименование фирмы изготовителя, основное потребительское назначение товара, условия доставки и приобретения, цену, схему гарантийной оплаты и срок службы, сроки в которые договор должен быть заключен[[19]](#footnote-19).

В соответствии с утратившим силу Постановлением российского Правительства № 612, дистанционная продажа товаров – это «продажа товаров на основании договора розничной купли-продажи[[20]](#footnote-20). Основная особенность подобных сделок состоит в том, что у покупателя нет возможности тактильно ознакомиться с приобретаемым товаром до момента его получения от посредника [2].

В ранее сказанном определении электронной торговли указано только использование сети Интернет, однако коммерческой электронной торговлей также называется предпринимательская деятельность, осуществляемая с использованием информационно-телекоммуникационного оборудования. Доктор экономических наук Л.А. Мясникова и президент «Группы компаний ИСТА» А.Г. Зуев, определяют электронную коммерцию как «любой вид розничной и оптовой торговли, проводимый через компьютерные системы и сети»[[21]](#footnote-21).

В своем диссертационном исследовании, кандидат юридических наук А.С. Косарев доказывает, что смысл такого понятия как «электронная коммерция» намного шире, чем понятие «электронная торговля», поскольку в понятие «электронная коммерция» входит любая экономическая деятельность, осуществляемая с использованием информационно­телекоммуникационных технологий, в то время как «электронная торговля» узкое понятие и сводится лишь к совершению электронных сделок[[22]](#footnote-22).

Электронную торговлю вряд ли можно назвать совокупностью сделок и рассматривать в этом контексте. Целесообразней ее рассматривать как предпринимательскую (коммерческую) деятельность, осуществляемую с помощью сети Интернет с использованием информационно-телекоммуникационного оборудования[[23]](#footnote-23). При проведенном научном анализе на экономическое содержание терминов «электронная торговля», «электронная коммерция», а также тех определений, которые используются в законодательствах других стран кандидат юридических наук Н.М. Васильева дает общий вывод о том, что «пока в мире не сложилось доминирующей точки зрения, что понимается под электронной коммерцией, следует воспользоваться опытом государств, построивших правовое регулирование отношений в сфере электронной коммерции на понятийном аппарате, по поводу которого нет столь сильных разногласий»[[24]](#footnote-24).

Общественным отношениям, которые возникают в процессе осуществления электронной торговли, в частности в Интернет-торговле, необходимо нормативно-правовое регулирование, нормативно-организационное воздействие и законодательное закрепление. Предпринимательская деятельность, осуществляемая с использованием информационно-телекоммуникационного оборудования и средств вычислительной техники, является повседневностью и реальностью в современном обществе Российской Федерации.

Такая торговля вносит посильный, весомый вклад в произведенный валовый продукт и экономику в целом.

Рисковый характер Интернет-торговли присущ, также, как и любой предпринимательской деятельности. Кроме общих предпринимательских рисков, таких как неисполнение своих обязательств контрагентами и неполучение прибыли, к Интернет-торговле добавляются риски, связанные с технической частью, обеспечивающей процесс передачи данных и информационной составляющей. Такие риски проявляются в поломках технических средств, обеспечивающих прохождение информации, выходах из строя средств и систем связи, сбои в программном обеспечении, ограниченном функционале программных средств.

Рассмотренные выше характерные признаки Интернет-торговли указывают на то, что она является неоднородной составляющей предпринимательской деятельности.

Часть отношений, связанная с реализацией различного рода сделок регламентируется гражданским правом. Особенность таких сделок, связанная с применением информационно-телекоммуникационных средств и систем (время исполнения обязательств, вид волеизъявления в сделке, ответственность), в неполной мере учитывает все тонкости данной сферы в действующем гражданском законодательстве. Правовую регламентацию электронной торговли целесообразно проводить согласно вышерассмотренным характерным признакам.

Электронная торговля получила мощный импульс развития во всем мире в связи с пандемией COVID-19. Крупнейшие международные компании начали конкурировать между собой уже не просто в интернете, а в метавселенных. Технологии виртуальной и дополненной реальности, блокчейн и NFT стали мейнстримом глобальной цифровой коммерции в 2022 году. В России в связи с ее особым путем и глубоким кризисом, уходом западных брендов, массовым закрытием офлайн-магазинов и проблемами с логистикой вокруг маркетплейсов и крупных интернет-сервисов начали выстраиваться новые экономические связи и своеобразные экосистем. В статье представлены результаты анализа на основе данных ADPASS, а также мнение и комментарии экспертов и маркетологов о том, что ждет мировой и российский e-commerce в 2023 году[[25]](#footnote-25).

Ажиотаж онлайн-покупок в марте 2022 года привел к снижению объема онлайн-покупок в дальнейшие месяцы (в апреле на спад идёт весь рынок, в мае и июне продолжается спад в eGrocery). Летом же 2022 года объем онлайн-покупок восстанавливается, рынок приходит в норму. Но уже осенью 2022 года произошло очередное снижение онлайн-покупок из-за оттока части населения и нестабильной экономической ситуации.

События 2022 года заметно повлияли на покупательское поведение: 38% покупателей по данным опроса стали совершать меньше покупок, в том числе онлайн, 25% в феврале 2022 совершали какие-либо покупки впрок.

В апреле-июле 2022 покупателями было совершено на 60-65% (!) заказов больше, чем в 2021 г. Но до 24.02 скорость роста превышала 100% в год[[26]](#footnote-26).

В июне впервые с середины 2019 практически сравнялись темпы роста онлайн-заказов в продовольственном и непродовольственном сегментах — соответственно +65% и +64% год к году.

Проведенный анализ показал, что рынок логистики для электронной коммерции растёт: так рост количества заказов в 2021 к 2020 составил 79%, рост в первом полугодии 2022 относительно того же периода 2021 - 68%.

При этом основными драйверами роста являются маркетплейсы: в первом полугодии 2022 года их доля по количеству заказов равна 71%.

В сумме на WB и Ozon в июле пришлось 77% онлайн-заказов. Крупнейшие маркетплейсы и eGrocery растут на порядок быстрее остального онлайн-рынка - хотя темпы роста снизились везде В июне совокупная доля двух крупнейших маркетплейсов (Wildberries и Ozon) впервые в истории превысила 2/3 от всех онлайн-заказов и составила 68%, что на 8 процентных пунктов выше, чем год назад, и на 27 процентных пунктов выше, чем в июне 2020 года[[27]](#footnote-27).

В тоже время наблюдаем рост заказов в сегменте eGrocery: количество заказов в январе- апреле 2022 года выше, чем в конце 2021 года.

При этом, Wildberries и Ozon - лидеры в nonFood-ритейле по количеству и частотности покупок и по объему продаж. Для многих - это место покупки «по дефолту» (и уже даже реклама не нужна).

Десятки тысяч селлеров обеспечивают более полный и стабильный ассортимент, чем любая ритейл-команда + новые бренды и новые импортеры первым дело идут на маркетплейсы[[28]](#footnote-28).

Далее рассмотрим каким каналами предпочитают пользоваться потребители.

Самовывоз — самый востребованный способ доставки. Его выбрали как основной 22% опрошенных Почту всегда выбирает в 2 раза меньше покупателей, а доставку до двери — в 1,7 раза меньше.

Остановимся на прогнозах рынка дистанционной торговли. Приведем несколько высказываний.

«Мой прогноз на 2023 год — сокращение использования словосочетания «электронная коммерция». Появление гибридной коммерции привело к уменьшению различий между онлайн и офлайн, к преодолению разрозненности. Таким образом, команды онлайн- и офлайн-маркетинга должны все больше сотрудничать» - Н. Крейн, руководитель коммерческого отдела Adapt Worldwide[[29]](#footnote-29).

По мнению Э. Мур, менеджер по маркетингу продуктов Zappar «рынок перейдет к иммерсивной коммерции, к новому опыту, далекому от традиционной e-commerce. Будет гораздо больше исследований в области дополненной реальности (AR), виртуальной реальности (VR) и расширенной реальности (XR); все это будет связано с созданием впечатлений и позитивного опыта общения с брендом. Клиент ставится на первое место через удаление его из физических точек продаж. Все дело во впечатлениях, которые добавляют ритейлеры».

Руководитель отдела маркетинга Rawnet Ф,. Д,Ува отмечает, что «на сегодняшний день много говорится о новых технологиях, но всегда есть издержки: они не супердоступны. Не каждый, кто хочет заняться прямой доставкой или проникнуть в VR и AR, может себе это позволить. Но после COVID-19 путь к клиенту полностью изменился, бренды воспользовались этим, особенно в части удержания покупателя. Для брендов, конкурентоспособных по цене, ключевыми являются скорость доставки и пользовательский опыт. «Насколько легко проверить?» «Как быстро я получу этот продукт?» Эти прецеденты были созданы такими компаниями, как Amazon. Небогатым брендам придется начать думать. Мы должны учитывать увеличение стоимости жизни; тех людей, которые уже знают бренд, должно быть легче всего задействовать. Бренды должны зарабатывать деньги. Речь идет о том, как мы можем достичь минимума и максимума, не вкладывая большие средства в новые технологии»[[30]](#footnote-30).

Подытоживая можно выделить следующие особенности рынка дистанционной торговли в 2022 – 2023 (прогнозный) годы:

снижение доли импульсных и премиальных покупок;

дальнейший быстрый рост доли онлайна;

особенно быстрый рост онлайн-продаж там, где проникновение eCommerce еще невелико

подвижность рынка в части распределения между брендами;

взрывной рост вложений в продвижение на маркетплейсах;

концентрация онлайн-рынка.

Рассмотрев в данном параграфе мнения отечественных и зарубежных авторов правовой литературы, теоретические и правовые аспекты Интернет- торговли можно подвести итоги и отметить признаки, определяющие сущность Интернет-торговли.

Интернет-торговля - это коммерческая (торговая) деятельность, осуществляемая с использованием сети Интернет, относящаяся к сфере предпринимательской деятельности направленная на получение материальной прибыли, заработка с помощью подписания контрактов и заключения сделок в области внутренней и внешней торговли товарами и услугами.

## 1.3 Правовой статус продавца и оператора площадки дистанционной торговли

Одним из самых распространенных способов существования Интернет-магазинов в нашем государстве является посредническая форма торговли. Посредники собирают информационную базу о товарах различных продавцов, размещают на своих сайтах, принимают оплату за них и передают продавцам. Покупателям это удобно, поскольку в одном месте сосредоточена доступная идея сравнения база о продавцах. Данные посредники называются агрегаторами. К примеру, самыми известными агрегаторами в сети Интернет являются: «Яндекс.Маркет», «АлиЭкспресс», «eBay» и т.д. Они формально не являются продавцами или исполнителями, однако в то же время выступают в качестве получателей денежных средств от покупателей в счет оплаты товаров или услуг, которые размещены на своих сайтах[[31]](#footnote-31).

Одним из самых распространенных способов существования Интернет-магазинов в нашем государстве является посредническая форма торговли.

Данные посредники называются агрегаторами. К примеру, самыми известными агрегаторами в сети Интернет являются: «Яндекс.Маркет», «АлиЭкспресс», «eBay» и т.д. Они формально не являются продавцами или исполнителями, однако в то же время выступают в качестве получателей денежных средств от покупателей в счет оплаты товаров или услуг, которые размещены на своих сайтах.

Особенно, вариант использования сервисов агрегаторов выгодно для недобросовестных продавцов: после размещения своих товаров на сайте агрегатора, продавцы тут же получают значительный объем трафика и конверсии (переходов на сайт с последующими покупками). У некоторых продавцов уровень продаж с сервисов агрегаторов-посредников достигает 90%. Потребители пользуются удобными сервисами по поиску и подбору товаров, руководствуясь низкой ценой на товар, и совершают покупки, рассчитывая на авторитетность сервиса. В то же время, по действующему законодательству, агрегаторы являются только информирующими службами, которые не отвечают за добросовестность непосредственно продавцов и за достоверность информации о товаре. Иногда такие приобретения заканчиваются тем, что в случае возникновения проблем предъявить претензии некому и вернуть товар невозможно, по причине отсутствия информации о продавце не только на сайте агрегатора, но и на сайте самого Интернет-магазина.

По мнению Роспотребнадзора, с развитием индустрии Интернет-торговли стал заметнее проявляться низкий уровень регулирования отношений в данной сфере. Особенно вне юрисдикции законодательства о защите прав потребителей оказалась деятельность агрегаторов. В июле 2015 года Роспотребнадзор предложил внести изменения в закон «О защите прав потребителей», которые увеличивали требования к агрегаторам. При подготовке поправок в действующее законодательство, Роспотребнадзор учитывал мировой опыт. К примеру, Директива Европейского парламента и Совета Европейского союза 2011/83/ЕС определяет дистанционные контракты, включающие схемы, которые предлагаются третьими лицами посредством онлайн-платформ, используемые продавцами, но не являющимися ими. В то же время, Директива обязывает агрегатора предоставлять до заключения договора не только всю необходимую информацию о товаре или услуге, но и о продавце: информацию о юридическом и физическом адресе, телефонном номере, адресе электронной почты и др. В пояснительной записке отмечалось, что информационные посредники оказались исключены из правового поля, по этой причине страдают потребители: так, если такие сервисы, как eBay или Amazon удаляют подозрительный товар после жалобы правообладателя, то российские агрегаторы предлагают каждый спорный случай решать в судебном порядке. Однако, данная инициатива по сей день так и не нашла законодательного отклика.

Особенно, вариант использования сервисов агрегаторов выгодно для недобросовестных продавцов: после размещения своих товаров на сайте агрегатора, продавцы тут же получают значительный объем трафика и конверсии (переходов на сайт с последующими покупками). У некоторых продавцов уровень продаж с сервисов агрегаторов-посредников достигает 90%. Потребители пользуются удобными сервисами по поиску и подбору товаров, руководствуясь низкой ценой на товар, и совершают покупки, рассчитывая на авторитетность сервиса. В то же время, по действующему законодательству, агрегаторы являются только информирующими службами, которые не отвечают за добросовестность непосредственно продавцов и за достоверность информации о товаре. Иногда такие приобретения заканчиваются тем, что в случае возникновения проблем предъявить претензии некому и вернуть товар невозможно, по причине отсутствия информации о продавце не только на сайте агрегатора, но и на сайте самого Интернет-магазина[[32]](#footnote-32).

На сегодняшний день регистрирование онлайн-магазина в торговом реестре на территории Российской Федерации происходит в добровольном порядке, в случае невнесения данных в реестр ответственности не предусмотрено. Однако это положение распространяется не везде, например, что касается Республики Беларусь, то там торговля через интернет строго регламентирована, реализовывать продажи через сеть можно только после регистрации в торговом реестре[[33]](#footnote-33)

Для решения данной проблемы необходимо законодательно установить обязательное условие регистрирования Интернет-магазинов в торговом реестре, путем дополнения пункта 3 Правил продажи абзацем 3 следующего содержания: «субъект торговли вправе осуществлять розничную торговлю с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет только через Интернет-магазины, зарегистрированные в Торговом реестре Российской Федерации (далее - Торговый реестр), и с использованием доменного имени, право на администрирование которого получено субъектом торговли в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Субъект торговли вправе использовать иные информационные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет для размещения информации о продаже товаров при наличии в этой информации адресации (гиперссылки) на зарегистрированный субъектом торговли в Торговом реестре Интернет-магазин». Помимо этого, необходимо внести изменения в Федеральный закон Российской Федерации «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», дополнив статью 8 словами «Хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговлю посредством информационно-телекоммуникационной сети Интернет, обязаны предоставлять сведения о себе для внесения в Торговый реестр в порядке, установленном законодательством Российской Федерации».

Однако при внесении предлагаемых изменений в статью 8 Федерального закона Российской Федерации «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», потребуется внесение дополнений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, которые будут устанавливать ответственность Интернет-магазинов за непредоставление и (или) предоставление недостоверных сведений для внесения в Торговый реестр.

В то же время, проблема агрегаторов-посредников представляется в виде вопроса о допустимой мере ответственности владельцев сайтов- операторов торговых площадок - за недостоверную информацию, которая размещается на их сайтах[[34]](#footnote-34).

Так, в отдельных регионах деятельность информационных посредников подверглась открытому противодействию со стороны местных органов власти.

Сначала, в марте 2015 года Белгородский областной суд вынес решение о запрете деятельности ООО «Инфосервис» (занимается управлением службы такси «Максим») на территории Белгородской области, затем в октябре 2015 года аналогичное решение по запрету деятельности службы такси «Максим» вынес Амурский областной суд. Принимая заявки на перевозку пассажиров и распределяя их между водителями, ООО «Инфосервис» фактически незаконно оказывало услуги такси. Ни у компании, ни у водителей не было документов на осуществление этой деятельности. Фирма не владела информацией о состоянии здоровья водителей, техническом состоянии их автомобилей, не гарантировала безопасность перевозки и исполнение заказа[[35]](#footnote-35).

Также, 01 марта 2016 года Дудинский районный суд Красноярского края запретил деятельность диспетчерской службы «Бриз» со ссылкой на пункт 1 статьи 1065 ГК РФ[[36]](#footnote-36).

Ко всему прочему, президент «М.Видео» Александр Тынкован подал иск на «Яндекс.Маркет», обвиняя агрегатор в сбыте контрафакта и заявил о том, что сервис должен нести ответственность за нарушение прав потребителей. «Яндекс» не согласился с доводами истца, возражая, что работает как рекламная площадка. Суд отклонил требования истца[[37]](#footnote-37).

По мнению Роспотребнадзора, с развитием индустрии Интернет-торговли стал заметнее проявляться низкий уровень регулирования отношений в данной сфере. Особенно вне юрисдикции законодательства о защите прав потребителей оказалась деятельность агрегаторов. В июле 2015 года Роспотребнадзор предложил внести изменения в закон «О защите прав потребителей», которые увеличивали требования к агрегаторам. При подготовке поправок в действующее законодательство, Роспотребнадзор учитывал мировой опыт. К примеру, Директива Европейского парламента и Совета Европейского союза 2011/83/ЕС определяет дистанционные контракты, включающие схемы, которые предлагаются третьими лицами посредством онлайн-платформ, используемые продавцами, но не являющимися ими. В то же время, Директива обязывает агрегатора предоставлять до заключения договора не только всю необходимую информацию о товаре или услуге, но и о продавце: информацию о юридическом и физическом адресе, телефонном номере, адресе электронной почты и др[[38]](#footnote-38). В пояснительной записке отмечалось, что информационные посредники оказались исключены из правового поля, по этой причине страдают потребители: так, если такие сервисы, как eBay или Amazon удаляют подозрительный товар после жалобы правообладателя, то российские агрегаторы предлагают каждый спорный случай решать в судебном порядке. Однако, данная инициатива по сей день так и не нашла законодательного отклика.

Таким образом, для решения проблем правового регулирования защиты прав потребителей необходимо законодательно закрепить понятие информационного посредника (агрегатора), а также пределы ответственности агрегаторов. В этих целях целесообразно внести поправки в Федеральный закон «О защите прав потребителей» и преамбулу после слов: «Основные понятия, используемые в настоящем Законе» дополнить абзацем следующего содержания: «Агрегатор информации о товарах (услугах) (далее - агрегатор) - организация либо индивидуальный предприниматель, который является владельцем программы для электронных вычислительных машин и (или) владельцем сайта и (или) страницы сайта в информационно­телекоммуникационной сети «Интернет», предоставляющие потребителю в отношении определенного товара (услуги) одновременно возможность ознакомиться с предложением продавца (исполнителя) о заключении договора купли-продажи товара (договора возмездного оказания услуг) в объеме, предусмотренном в соответствующем предложении продавца (исполнителя), заключить с продавцом (исполнителем) договор купли- продажи (договор возмездного оказания услуг), а также произвести предварительную оплату указанного товара (услуги) путем перевода денежных средств агрегатору в рамках применяемых форм безналичных расчетов в соответствии с пунктом 3 статьи 161 настоящего Закона и Федеральным законом от 27 июня 2011 года № 161-ФЗ «О национальной платежной системе»».

Кроме того, в наименовании ст. 12 ФЗ «О защите прав потребителей» после слова «продавца» дополнить словом «, агрегатора» и дополнить данную статью пунктом 5 следующего содержания: «Агрегатор, предоставивший потребителю, заключившему договор купли-продажи (договор возмездного оказания услуг) с продавцом (исполнителем), недостоверную информацию о товаре (услуге) или продавце (исполнителе), несет ответственность за убытки, причиненные потребителю вследствие предоставления ему такой информации.

# 2. ДОГОВОР ДИСТАНЦИОННОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ

## 2.1 Понятие и существенные условия договора дистанционной купли-продажи

В современной экономической обстановке договор розничной купли-продажи, заключенный дистанционно, является неотъемлемым условием развития самой экономики, востребованным во всем мире. Отношения, связанные с электронной торговлей, относительно новые и при этом сложные, однако нельзя говорить о полном отсутствии нормативно-правовых актов, регулирующих поведение участников Интернет-торговли.

## Как мы уже отмечали выше, торговля дистанционным способом - это способ розничной реализации товаров, при котором покупатель и продавец не контактируют лично, и первая особенность - это удаленность сторон сделки, при которой товар можно оценить визуально и исключительно по описанию посредством технических средств связи, таких как аудиотекст, видеотекст, телевидение, почтовые рассылки, каталоги, телефон, интернет

В соответствии со статьей 497 ГК РФ «дистанционный способ продажи товара» определяется как способ, при котором договор розничной купли- продажи заключается на основании ознакомления покупателя с описаниями товаров с помощью печатных материалов или средств связи, при которых отсутствует возможность непосредственного контакта потребителя с продавцом и его непосредственного доступа к товару. Аналогичное определение рассматриваемого понятия содержится в Законе Российской Федерации «О защите прав потребителей».

## 2.2 Порядок заключения договора дистанционной купли-продажи

Согласно п.2 ст. 497 ГК РФ «Договор розничной купли-продажи может быть заключён на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора». «Метод получения информации о товаре потенциальным покупателем является в свою очередь критерием, который разграничивает понятия дистанционного договора розничной купли-продажи и реализации товаров по образцам»[[39]](#footnote-39). Так, к способам подачи информации о товаре при торговле дистанционным способом можно отнести: картинку, видеоролик, иллюстрированную рекламу, листовки, каталоги, брошюры, статьи.

Форма договора при продаже товаров дистанционным способом, а также способ его заключения представляют собой отличительную особенность договора дистанционной продажи товара от стандартного договора розничной купли- продажи, однако это не мешает возможности применения некоторых норм законодательства. Такой нормой является признание предложения продавца публичной офертой, обращенной к неопределенному кругу при намерении продать товар неопределенному кругу лиц. Покупатель изъявляет намерение приобрести товар путем заполнения бланка заказа в электронной форме и направления последнего в адрес продавца (лицу, направившему оферту). Это действие является своего рода акцептом. В этом случае приобретатель не имеет возможности участия в формировании условий договора, так как заполняет стандартный, разработанный продавцом бланк заказа. Таким образом покупатель заключает с продавцом договор присоединения. Важно отметить, что фактическое размещение товара в месте продажи не обязательно для признания предложения публичной офертой.

В этом случае встает вопрос о действительности и юридической обязательности для продавца и покупателя договора, заключенного таким образом. При осуществлении предпринимательской деятельности в сфере дистанционной торговли возникает проблема отсутствия законодательного регулирования детального порядка осуществления передачи сообщения, что влечет за собой убытки для продавца. В качестве примера можно привести ситуацию, когда покупатель осуществил заказ, продавец доставил товар в установленное время и место, однако получатель за товаром не явился, вследствие чего продавец вынужден оформлять обратную доставку товара на склад, неся при этом бремя затрат на транспортировку, кроме того претерпевая еще и упущенную выгоду. Это связано с тем, что переписка в Интернет или же телефонный разговор не являются гарантами намерений покупателя приобрести товар. Так, по общему правилу сделка в письменной форме совершается путем собственноручного (факсимильного и пр.) подписания обеими сторонами договора.

В исследовательских кругах придерживаются аналогичного мнения. Например, как пишет С.В. Артамонов и Т.А. Шакирзянов, применительно к сети Интернет именно электронная цифровая подпись является способом достоверной индивидуализации субъекта правоотношения в сфере дистанционных продаж. Наличие подписи продавца и покупателя в договоре свидетельствует об ознакомлении и согласии с визируемым документом, о подлинности документа. В этом случае каждая сторона принимает на себя обязательства за невыполнение которых несет ответственность.

Тем не менее, некоторые авторы отмечают, что по сравнению с Западом использование электронного документооборота в Российской Федерации пока не подверглось масштабному и повсеместному использованию. По сравнению с 2017 годом, в 2018 году в России было выдано около 22 млн. сертификатов ключей ЭЦП, количество возросло на 44 %. В европейских же странах использование электронной цифровой подписи составляет более 75 % населения.

Следует отметить, что при осуществлении покупки дистанционным способом потребитель лишается возможности непосредственного осмотра товара или его образца, что в законодательстве порождает ряд ограничений относительно отдельных элементов договора.

Так, например, запрещены к реализации дистанционным способом продовольственные товары (за исключением безалкогольных напитков, упакованных кондитерских и хлебобулочных изделий, мороженого), программы для электронных вычислительных машин и баз данных, оружие и патроны к нему, лекарственные препараты, медицинские изделия, ювелирные и другие изделия из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней, экземпляры аудиовизуальных произведений и фонограммы. Продажа биологически активных добавок дистанционным способом также нарушает действующее законодательство.

Так, Р.В. Киселева отмечает, что «не каждый товар, являющийся предметом договора розничной купли-продажи, может быть предметом договора дистанционной розничной купли-продажи»[[40]](#footnote-40). Аналогичного мнения и О.А. Белова, но дополнительно указывает, что не любая вещь может стать товаром. Ведь именно товар заявлен как предмет договора.

Согласно положениям Гражданского кодекса Российской Федерации по договору купли-продажи одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену).

Существенным условием рассматриваемого договора является его предмет, соответственно договор является согласованным, когда достигнуто соглашение о наименовании и количестве товара. Условия о качестве товара, ассортименте и стоимости определяются с учетом особенностей, которые отражены в Гражданском кодексе Российской Федерации для розничной купли-продажи, однако и они являются существенными, поскольку каждое условие заключенного договора относится к существенным по тому или иному признаку: одни условия составляют предмет договора дистанционной купли-продажи и вследствие этого являются существенными, иные существенны в силу природы договора или непосредственного указания в законе, остальные - так как они были внесены сторонами в проект договора по желанию одной из сторон.

Как и при заключении любого другого договора, необходимо соблюсти все существенные условия: «указать предмет договора и все условия, по которым соглашение должно быть достигнуто в соответствии с гражданским законодательством, а также те условия, которые предусмотрены для данного вида договора как существенные»[[41]](#footnote-41).

Так, предметом договора дистанционной купли-продажи товара будет являться ассортимент представленных продавцом товаров (но при этом он ограничивается действующим законодательством, к примеру, запрещена продажа алкогольной продукции, а также некоторых товаров, ограниченных в свободной реализации на территории Российской Федерации). Вторым обязательным условием является цена договора. Ценой является количество денег, уплачиваемое покупателем за единицу товара. По общему правилу, продавец должен оплатить товар по установленной продавцом цене (статья 500 ГК РФ). Кроме того, цена должна быть одинаковой для одной категории покупателей, так как договор является публичным (за исключением установленных законом случаев (пункт 2 статьи 426 ГК РФ)).

При продаже товаров дистанционным способом договор заключается на основании ознакомления покупателя с виртуальным образцом товара (его описанием, каталогом товаров, фото и т. п.), предложенным продавцом[[42]](#footnote-42).

Договор, заключаемый на расстоянии, является разновидностью договора розничной купли-продажи. Как и при розничной торговле, договор является консенсуальным, двусторонним, возмездным. Квалифицирующими признаками договора является субъектный состав и цели приобретения товара. Стороны договора - продавец и покупатель. Продавцом, в соответствии со статьей 492 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ), является лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу. Следовательно, продавцом может быть юридическое лицо или индивидуальный предприниматель. Покупателями могут быть как физические, так и юридические лица.

Предметом договора в обоих случаях является «товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью»[[43]](#footnote-43). Законодатель не затрагивает

функциональные характеристики товара, но ограничивает его целевое назначение. Однако для дистанционной формы договора действует ряд установленных законодателем ограничений.

Также, договор дистанционной купли-продажи является договором присоединения, условия которого определены продавцом в стандартных формах и могут быть приняты покупателем путем присоединения к предложенному договору в целом (статья 428 ГК РФ). По мнению А.В. Дашко, использование данной формы договора противоречит интересам потребителя, что вынуждает принимать дополнительные меры правовой защиты его интересов.

Так в соответствии с пунктом 4 статьи 26.1 Правил продажи товаров дистанционным способом потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи и в течение семи дней после передачи товара, а в случае непредставления такой информации в письменном виде в момент доставки - в течение трех месяцев. Существенным условием рассматриваемого договора является предмет, который будет считаться согласованным Условие о предмете договора является существенным субъектами в случае, когда определены количество и наименование товара. Публичной офертой признается предложение неопределенному кругу лиц о товаре, содержащее все существенные условия. После получения акцепта от покупателя с офертой, которую продавец направил по одному из средств коммуникации, между покупателем и продавцом заключается договор дистанционной купли-продажи. В соответствии со статьей 13 Правил продажи товаров дистанционным способом, продавец обязан указать также срок, в течение которого действует предложение о продаже.

Стоит отметить, что законодательством предусмотрена возможность отзыва оферты, но как показывает практика - технически сделать это почти невозможно. Исключением является торговля посредством сети Интернет, т. к. обмен информацией происходит в режиме реального времени. «Договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека, либо иного документа, который подтверждает факт оплаты товара, или же с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар»[[44]](#footnote-44).

Таким образом, договор дистанционной продажи товара заключается преимущественно в письменной форме, за исключением, когда товар приобретается устно посредством телефонной связи. Выдача документов, подтверждающих оплату, происходит в следующие сроки: при предоплате - в момент заключения договора, при постоплате - в момент получения товара покупателем.

Однако при получении сообщения о намерении купить товар не предусмотрена законодательная норма, предусматривающая момент заключения договора. «В случае предоплаты продавцу необходимо получить денежные средства и точную информацию о выбранном товаре, при отсутствии хотя бы одного из этих фактов не позволяет считать договор заключенным»[[45]](#footnote-45). Такой способ оплаты обычно практикуется в трансграничной дистанционной торговле, т. к. в этом случае не требуется подтверждение платежеспособности покупателя и обеспечивает гарантию для продавца об отсутствии незапланированных расходов в случае возврата товара или мошеннических действий. Оплата товара наложенным платежом осуществляется покупателем при получении товара, в таком случае обязательными условиями являются точная информация о товаре, адресе доставки и ее условиях.

Изначально покупатель должен изъявить свое желание приобрести товар, указав полную информацию о совершенном выборе, что является первоочередным моментом, а уже впоследствии происходит оплата.

Предварительная оплата товара является одновременным исполнением покупателя своих обязательств. Договор дистанционной купли-продажи, как правило, считается исполненным с момента получения покупателем товара в предусмотренном условиями договора месте (по месту жительства или регистрации заказчика). В случае, если покупатель возмещает продавцу понесенные на доставку расходы, он имеет право отказаться от исполнения договора, заключенного дистанционным способом, до момента непосредственного поучения товара.

Один из вопросов, который возникает в процессе заключения договора дистанционной купли-продажи товаров и его нормативно-правового регулирования - это «факт проявления покупателем инициативы»[[46]](#footnote-46). Так, направление электронного акцепта по п. 2 ст. 434 ГК РФ должно происходить таким способом, чтобы можно было достоверно установить лицо, выразившее намерение приобрести товар. По мнению многих авторов использование в этом случае электронной цифровой подписи позволило бы решить сразу ряд возникающих вопросов. В случаях с договором дистанционной купли-продажи товаров следовало бы применять аналогию закона, то есть нормы законодательства, которые регулируют схожие правоотношения, при отсутствии нормативно-правовых актов, разрешающих спорные моменты. Например, существует практика применения ст. 498 ГК РФ в части продажи товаров через автомат, в соответствии с которой в случае автоматической обработки заказа на сайте продавца, где покупатель предварительно заполняет электронный бланк заказа, а также наличия в сети Интернет правил оформления заказа и доставки выбранного товара, опубликованное продавцом. Таким образом, покупатель совершает все необходимые для приобретения товара действия, а доказательством получения акцепта является автоматический ответ продавца о принятии заказа в работу.

Как отмечают в научном сообществе, законодательно не закреплено обязательное указания цены при заключении дистанционного договора розничной купли-продажи, что влечет за собой нарушение прав покупателей при изменении цены. Этой же точки зрения придерживаются некоторые авторы. Так, существует мнение, что покупатель имеет право отказаться от исполнения договора в случае, если стоимость товара изменилась. Таким образом, покупатель уже не несет ответственность вследствие отказа от товара, и не обязан оплачивать доставку товара или иные расходы.

Также, спорам среди авторов подвержен и момент заключения договора дистанционной купли-продажи товаров.

Так, по мнению Ф.Н. Филиной, при дистанционной продаже товара договор является «реальным, следовательно, он заключается при непосредственной передаче товара непосредственно покупателю. Однако данное правило не применяется к договору, который считается заключенным с момента выдачи продавцом кассового или товарного чека, или иного документа, который подтверждает оплату товара. Это обстоятельство имеет важное значение для определения момента возникновения прав и обязательств субъектов рассматриваемых нами правоотношений»[[47]](#footnote-47).

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. Этой же позиции придерживается и А. Блинов[[48]](#footnote-48).

Таким образом, анализируя вышеизложенное, можно сделать вывод, при признании договора реальным, то есть вступающим в силу с момента получения покупателем товара мы ставим под угрозу получение товара вообще или в условленный срок. Получается, что отсутствие вступившего в силу договора не дает возможности покупателю обеспечить защиту своих прав как потребителя, а продавец в свою очередь может пользоваться этим пробелом. Следовательно, в случае признания договора реальным не остается способов воздействия на продавца ввиду отсутствия договорных отношений.

С. Левашов считает, что гражданским законодательством Российской Федерации форма договора, заключенного между покупателем и продавцом в сети интернет при условии использования электронной цифровой подписи, считается письменной формой договора.

А.Г. Минетуллова рекомендует определять момент заключения договора момент получения покупателем уведомления от продавца о получении акцепта. Однако такое мнение вызывает сомнения, так как появляется риск злоупотребления таким положением продавца. Не отправляя уведомление о получении акцепта, продавец может изменить оферту.

Следующее условие, на котором хотелось бы остановиться более подробно, это цена договора.

В отличие от традиционных продаж, способ оплаты при дистанционной торговле также имеет свою специфику. Стремление к привлечению большего количества покупателей продавцами стимулирует последних к предложению как можно более обширных возможностей для оплаты товара. Чаще всего предлагаются следующие способы оплаты: наличный и безналичные расчеты.

К наличному расчету можно отнести:

* оплата товара в магазине путем передачи денежных средств продавцу или курьеру;
* оплата товара при получении наложенным платежом.

К безналичным видам расчетов относятся:

* оплата картой банка;
* почтовый перевод;
* банковский перевод
* криптовалюта;
* терминал моментальной оплаты;
* SMS-платежи - оплата посредством телефонов или планшетов;
* электронные деньги;
* бонусные баллы, подарочные карты и др.

Как отмечает С.А. Яворская[[49]](#footnote-49) сегодня есть такие способы оплаты, которые наиболее подвержены мошенническим действиям, вследствие чего они наименее популярны.

1. WesternUnion и т. п. - способ перечисления денежных средств между физическими лицами, отличается невозможностью применения отзыва или же опротестования.
2. Оплата товара путем отправления смс-сообщения на короткий номер с установленным тарифом, зачастую применяемый мошенниками в связи с невозможностью отмены платежа.

Продавец обязан использовать контрольно-кассовую технику в соответствии с Федеральным Законом «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт». Таким образом при доставке товара курьером покупатель должен получить от него кассовый чек. В привычном нам магазине специальная техника находится непосредственно у продавца, следовательно, при доставке продавец должен выдать чек доставщику, который, в свою очередь, вместе с товаром вручает его покупателю.

По мнению С. Левашова «в целях снижения логистической нагрузки продавцы использует посредников для организации доставки товара покупателю. В этом случае прием денежных средств и выдачу кассового чека осуществляет агент. В результате чего, сам продавец может не обзаводиться кассовым аппаратом, однако он становиться зависим от качества работы агентов»[[50]](#footnote-50).

Кроме того, в соответствии с Федеральным законом «О национальной платежной системе» расчеты между продавцом и покупателем могут производиться через платежные системы Webmoney, money.yandex и др. при помощи так называемых «электронных» денег.

В последнее время для повышения конкурентоспособности продавцы стали использовать разнообразные программы лояльности, благодаря которым появилась возможность оплачивать бонусными баллами: чем больше покупатель совершил покупок у определенного продавца, тем больше получает бонусных баллов. Законодательно такая форма оплаты не урегулирована, соответственно продавцы вправе самостоятельно определять условия действия такой программы. Но принимая во внимание тот факт, что оплата может быть совершена этими бонусными баллами, фактически они выступают в роли денег, соответственно становятся возможными мошеннические действия со стороны продавца.

Также представляет особенность и «процедура возврата денег покупателю при дистанционных продажах, порядок которой также не урегулирован законодательством»[[51]](#footnote-51), в то время как порядок возврата денежных средств при обычной розничной торговле наиболее точно определен в императивной норме Закона о защите прав потребителей. В случае предъявления покупателем требования о возврате денежных средств за товар, продавец должен обеспечить выполнение этих действий в течение 10 дней и не больше. Важно отметить, что возврат товара не влияет на срок возврата продавцом денежных средств покупателю. Получается, что продавец обязан перечислить на счет покупателя денежные средства, не зависимо от того, получил он товар или нет. Денежные средства, уплаченные за товар, возвращаются следующими способами:

* перечисление на банковский или иной счет покупателя;
* почтовый перевод;
* наличные денежные средства по месту нахождения продавца, но не более 100 000 тысяч рублей;
* иные способы по соглашению сторон.

На продавца возлагается обязанность по оплате всех расходов по возврату денег, как правило это комиссия за перевод, расходы на доставку от покупателя возвращенного товара, однако продавец имеет право на удержание из суммы, которая причитается покупателю к возврату. В литературе приводятся примеры случаев такого удержания, так расходы на доставку возможно удержать в случае предоплаты за товар либо в случае возврата товара после его оплаты.

А.О. Белова выделяет следующую классификацию специфических признаков, которые позволяют выделять в самостоятельный вид договор дистанционной розничной купли-продажи:

* по способу заключения договора;
* по условиям договора.

К первой группе относятся:

* способ ознакомления покупателя с товаром;
* обязательное указание информации, отсутствие которой не позволит считать сообщение акцептом при направлении акцепта;
* особые средства, которые используются для обмена информацией путем использования электронных данных, писем и т. п.;
* обязательная письменная форма договора.

Ко второй группе относятся:

* определенный перечень информации, предоставляемой покупателю, и специальный способ ее раскрытия;
* особые способы доставки и оплаты;
* особый порядок возврата денег в случае отказа покупателем от договора;
* императивные сроки;
* специфика перехода права собственности.

Приведенные группы позволяют выделить положительные и отрицательные черты такого договора по сравнению с традиционным договором розничной купли-продажи. Рассмотрим далее схожие черты с традиционным договором купли-продажи товаров.

При заключении договора купли-продажи в дистанционной торговле, как уже отмечалось ранее, возникает вопрос «о времени заключения такого договора, так как представляется крайне важным установление точного момента заключения договора»[[52]](#footnote-52). Возникновение прав и обязанностей субъектов рассматриваемых нами правоотношений определяется этим моментом. Именно это событие определяет стороны при совершении сделки купли-продажи (ст. 422 ГК РФ), что в дальнейшем может стать проблемой в случае возникновения спора.

В разных правовых системах момент заключения договора купли-продажи обычно воспринимается как момент, когда у продавца нет возможности на отзыв своего предложения, то есть оферты, потери оферентом права отзыва своей оферты, а покупатель, в свою очередь, не обладает правом на отказ от своего заказа, то есть акцепта, и иными юридическими фактами.

В гражданском законодательстве Российской Федерации моментом исполнения договора обычной купли-продажи считается:

* получение покупателем уведомления о получении денежных средств за выбранный товар и подтверждение оплаты заказа, который в дальнейшем должен быть передан потребителю;
* получение покупателем товара от продавца;
* факт государственной регистрация договора купли-продажи (ст. 433 ГК РФ).

Так, определенные гражданским законодательством моменты исполнения договора купли-продажи совпадают в большей степени с международным правовым актом «Конвенция ООН «О договорах международной купли-продажи товаров», по которой согласно п. 2 ст. 18 заключением договора признается время вступления акцепта в силу в миг его получения оферентом, либо, согласно п.3 ст.18, в момент оговоренного сторонами действия»[[53]](#footnote-53).

В таком международном документе как «Принципы международных коммерческих договоров УНИДРУА» принятыми в 2010 году, временем заключения договора купли-продажи считается тот период, в который акцепт получен лицом, направившим оферту, если в оферте был указан срок и он соблюден. Эта же норма содержится в статье 440 Гражданского Кодекса РФ. Если же срок получения акцепта в оферте заранее не был оговорен, то «Принципами УНИДРУА 2010» момент заключения договора считается «разумный срок с учетом конкретных обстоятельств, включая скорость средств связи, использованных оферентом (ст. 2.1.7)». Данная норма также закреплена в гражданском законодательстве Российской Федерации, а именно в ст. 441 ГК РФ, при этом данная статья расширяет понятие о времени заключения договора. Так при совершении оферты устно без указания срока для акцепта, договор считается заключенным, если другая сторона немедленно заявила о ее акцепте (п. 2 ст. 441 ГК РФ).

В современном мире невозможно представить коммерцию, которая бы развивалась не в корреляции с электронными технологиями. По сложившейся практике дистанционной торговли моментом заключения договора принято признавать при получении:

* подтверждающего документа, заверенного электронной цифровой подписью покупателя;
* подтверждающего документа без заверения его электронной цифровой подписью покупателя;
* электронного документа отправителем;
* электронного документа получателем.

«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»[[54]](#footnote-54). Таким образом, можно считать, что сама по себе выдача кассового или иного чека после совершения сделки, является всего лишь подтверждением факта заключения договора дистанционной продажи товара. Так, например, при приобретении товара в Интернет-магазине «Декатлон», после того как выбранный товар будет добавлен в определенного рода корзину покупок», система сайта автоматически попросит покупателя внести свои персональные данные и реквизиты банковской карты, необходимые для непосредственного оформления заказа. Именно в тот момент, когда система сайта получила полные реквизиты приобретателя и подтвердила прием заказа, мы думаем, что это и есть момент заключения договора дистанционной купли-продажи.

Однако, на практике, обычно применяют нормы статьи 433 ГК РФ. Так в ходе судебного разбирательства между гражданином П.А. Кравченко и Интернет- магазином «Арбалетт», суд установил, что моментом заключения договора розничной дистанционной купли-продажи между ними явился момент, когда магазин получил сообщение от гражданина Кравченко П.А. о том, что он намерен приобрести выбранный им на сайте магазина товар. Также в соответствии с п. 13 Постановления Правительства РФ № 612 от 27.09.2007 года, «продавец обязан информировать покупателя о сроке, в течение которого действует предложение о продаже товара дистанционным способом».

Таким образом, изучив особенности договора при дистанционном способе торговли можно сделать вывод, что в российском законодательстве есть много положений, которые регулируют данную сферу, правоотношения, возникающие при дистанционной продаже, но остаются не урегулированными некоторые важные моменты. В связи с возникающими вопросами существуют неопределенности в части применения законодательных норм при определении точного момента, когда именно был заключен электронный договор. Эта насущная проблема не осталась незамеченной в судебной практике. Так, Первый Арбитражный Апелляционный суд указал, что «пункт 20 Правил продажи предусматривает два различных момента заключения договора, но не указывает, в каких случаях договор считается заключенным с момента выдачи чека, а в каких - с момента получения продавцом сообщения покупателя. Такая формулировка не отвечает критерию определенности»[[55]](#footnote-55).

Важно отметить, что законопроект, посвященный электронной торговле, в 2011 году был отклонен на рассмотрении Государственной Думы. Анализируя данный проект, можно заметить соответствие понятия момента заключения договора дистанционной продажи товара международной торговой практике. Принятие указанного акта могло бы обеспечить ясность при заключении договоров дистанционной купли-продажи, придав юридической силы закона норме прямого действия.

Сложности также возникают с нормами о безвозмездном устранении продавцом выявленных дефектов товара. Так, в соответствии с п. 1 ст. 20 Закона «О защите прав потребителей» продавец или производитель, в случае не определения в письменной форме сроков устранения недостатков, должен устранить их незамедлительно, то есть в кратчайший срок необходимый для устранения. Но даже если срок указан письменно, он все равно не должен превышать 45 дней со дня обнаружения недостатков приобретателем. Данная норма возможна к применению в рамках традиционной торговли, однако применяться к торговле дистанционным способом практически не может из -за той же географической удаленности продавца от покупателя и необходимости дополнительного времени на доставку товара.

Для устранения недостатков, обнаруженных в приобретенном дистанционным способом товаре, существует специальный алгоритм действий.

1. Покупатель отправляет некачественный товар в адрес продавца.
2. Продавец получает возвращенный товар, проводит экспертизу выявленного дефекта, после чего принимается решение об устранении выявленного недостатка.
3. Продавец производит ремонт, либо замену товара, либо отказывает в устранении недостатка за свой счет и уведомляет об этом покупателя.
4. Продавец отправляет покупателю товар с устраненными недостатками, замененный товар или же при невозможности исполнения первых двух вариантов возвращает уплаченные покупателем денежные средства.

Из приведенного выше алгоритма действий продавца по устранению недостатков, выявленных в товаре, проданного дистанционным способом, становится очевидным тот факт, что «срок, определенный законодательством, зачастую бывает недостаточным для исполнения обязательств»[[56]](#footnote-56). Соответственно, для применения аналогичных норм в области дистанционной продажи товаров необходимо установить иные законодательные положения.

1. Для товаров, приобретенных дистанционно, определить иные сроки устранения недостатков в сторону увеличения.
2. Определить начало срока исполнения продавцом своих обязанностей по устранению недостатков, а для покупателя установить срок обнаружения этих недостатков, момент, когда покупатель направит товар обратно продавцу. В этом случае документальным подтверждением указанных сроков будет выступать квитанция, либо накладная, либо другой документ, предоставляемый перевозчиком при принятии товара в доставку.
3. В случае, если обнаруженный недостаток произошел не по вине покупателя, расходы на транспортные услуги должен нести продавец.

Для товаров длительного пользования законодатель установил норму, по которой продавец обязан предоставить покупателю взамен товара ненадлежащего качества, находящегося в ремонте, аналогичного товара схожих характеристик. При этом, что касается дистанционной продажи, оплату доставки подменного товара обязан производить продавец. Такие условия практически невыполнимы для продавца, как в материальном плане, так и во временном. Законодательством предусмотрено, что продавец должен произвести замену товара ненадлежащего качества в течение 7 дней со дня предъявления требования покупателем, но данный срок, при определенных условиях может быть продлен до двадцати, например, для проведения дополнительной проверки товара.

Продавец должен заменить дефектный товар аналогичным в случае, если не представляется возможным устранение выявленного недостатка товара. В том случае, если продавец в данный момент не имеет аналогичного товара, законодательством предусмотрен месячный срок для замены. При этом, если на замену товара необходимо более семи дней, то продавец в трехдневный срок должен предоставить схожий товар покупателю для временного пользования. Указанная норма касается товаров длительного пользования, однако такие нормы практически не применимы в части дистанционных продаж в связи с географической протяженностью действия дистанционной торговли, что не зависит от воли продавца.

## 2.3. Особенности прав и обязанностей сторон по договору дистанционной купли-продажи. Исполнение договора

Важно отметить некоторые особенности механизма взаимодействия покупателя и продавца при дистанционной продаже товаров, которые отличают этот тип продажи от традиционного. Итак, «доставка товара - необходимое условие и обязанность продавца при исполнении своих обязательств, так как этим обязательством завершается сделка: момент передачи товара покупателю и получение квитанции об оплате»[[57]](#footnote-57).

Подразумевается, что доставка осуществляется:

* к указанному покупателем месту;
* в пункт выдачи заказов транспортной компании или продавца самовывозом;
* с помощью Почты России - оправка любого товара «до востребования» осуществляется по инициативе покупателя и только с согласия продавца.

Различия связаны с использованием курьерских услуг или специалистов по доставке.

Одной из особенностей доставки товаров при продаже дистанционным способом является обязательное представление: документов о соответствии товара; сведений о потребительских качествах продукции; определение срока эксплуатации, гарантии, правил эксплуатации; информации о порядке направления претензии или передачи товара на ремонт, а также о возврате.

Указанные сведения могут размещаться как на упаковке товара, на самом товаре, так и прилагаться отдельным документом.

Необходимо отметить, что продавец обязан соблюдать сроки и порядок доставки, а также гарантировать соответствие товара характеристикам и описанию, с которыми был ознакомлен покупатель при выборе товара.

Важное внимание стоит уделить условиям доставки товара, так как она происходит по обыкновению в место нахождения покупателя.

При продаже товаров дистанционным способом продавец предлагает потребителю услугу доставки товара путем его отправки почтой или перевозки с указанием используемого способа доставки и вида транспорта.

С согласия продавца отправка товара почтой возможна с пометкой «до востребования».

Обычно, доставленный товар вручается покупателю лично по месту его жительства или другому указанному им адресу, а при его отсутствии - иному лицу, который предъявляет квитанцию или иной документ, подтверждающий заключение договора или оформление доставки товара.

Как правило, доставка товара поручается продавцом посреднику, осуществляющему доставку на профессиональной основе - курьеру, почтовой службе, специализированной организации. Это обстоятельство должно быть доведено до внимания покупателя.

В случае если доставка не была осуществлена по вине покупателя, повторная доставка, как правило, осуществляется за счет покупателя. В этом случае, покупатель должен согласовать новые условия доставки товара и оплатить их согласно тарифу.

В случае если срок доставки не согласован в договора и возможности определить этот срок нет, применяется следующее правило: товар должен быть передан продавцом в разумный срок.

Обязательство, не исполненное в разумный срок, продавец должен выполнить в 7-дневный срок со дня предъявления покупателем требования о его исполнении.

За нарушение продавцом сроков передачи товара покупателю продавец несет ответственность в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации. Если товар был оплачен предварительно, то ответственность за не передачу товара в установленный срок, продавец будет нести по Закону «О защите прав потребителя».

В случае нарушения срока передачи товара покупателю, установленного договором купли-продажи при условии предоплаты, продавец уплачивает покупателю неустойку (пени) в размере половины процента суммы предварительной оплаты товара за каждый день просрочки.

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, стоит обратить внимание, что сумма неустойки не может превышать оплаченную стоимость товара.

Покупатель имеет возможность отказаться от ненужного товара согласно «Правилам продажи товаров дистанционным способом» и статье 26.1 Закона о защите прав потребителей. В Европейском этическом кодексе это носит название - «сатисфакция или возврат денег». Наличие данной нормы в законодательстве Российской Федерации соответствует в полной мере Европейской конвенции, как по условиям, так и по срокам предъявления такого требования.

Одно из безусловных обязанностей продавца дистанционной торговли - это обеспечение доставки покупателю продаваемого товара. Так, в обязанность продавца входит предложение вариантов способов доставки. Это положение закреплено в Постановлении Правительства РФ № 612 от 27.09.2007 года «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом, однако в Законе Российской Федерации «О защите прав потребителей» такое требование отсутствует. Такая норма не исключает и вариант самовывоза со склада продавца. Таким образом, договор купли-продажи заключается дистанционно, а товар покупатель получает лично в пункте выдачи. Оплата в этом случае может быть, как при получении, так и при заключении договора в зависимости от его условий. «Этот способ передачи товар необходим для тех покупателей, кто не желает оплачивать доставку товара курьером и имеет возможность забрать товар лично в месте выдачи»[[58]](#footnote-58).

На продавца возлагается обязанность по передаче качественного и полностью укомплектованного товара, соответствующего информации, размещенной в предложении - оферте. Кроме качества товара, важным является и срок доставки товара покупателю. В случае отсутствия указания в договоре срока доставки товара, доставка должна быть осуществлена в разумный срок.

Продавец обязан предоставить покупателю документ, подтверждающий совершение оплаты за товар. Так, например, кроме кассового чека, в случае оплаты безналичным способом подтверждающим документом будет накладная или акт приема-передачи. накладной или акта сдачи-приемки товара». Когда доставка товара осуществляется, если доставка осуществляется специализированной организацией, оформляется транспортная накладная и акт выполненных работ.

Договор дистанционной купли-продажи считается исполненным в момент доставки товара в место выдачи, указанное в договоре, по месту пребывания или месту регистрации покупателя, данная норма закреплена п.2 ст. 497 ГК РФ. В течение 20 дней с момента получения товара покупатель имеет право обратиться к продавцу с претензией о несоответствии товара договору, а также о несоответствии количества товара, комплектности и прочих существенных недостатках. В случае отсутствия сведений о сроке службы или гарантийном сроке у покупателя также есть право в течение двух лет потребовать замену товара, уменьшения цены или устранения недостатков.

Так, под качеством товара понимается совокупность свойств, обусловливающих пригодность и способность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением. Кроме того, непосредственно в сфере торговли считается, что «товар является качественным, если его внешний вид и свойства соответствуют всем требованиям нормативно-технической документации»[[59]](#footnote-59). В случае, когда у товара есть дефект, речь идет об отклонении от указанных выше требований.

В целях сохранения качества товара продавец обязан соблюдать установленные правила упаковки товара, опломбирования частей товара и его маркировки. В обязанности продавца входит своевременная передача товара покупателю в соответствии с требованиями технической документации; товар должен быть качественным и с полным комплектом документов: техническим паспортом, сертификатом качества, документом, подтверждающим оплату товара и пр.

Однако на практике такие условия продавцами дистанционной торговли в полном объеме выполняются редко.

При дистанционной торговле зачастую потребитель только получает товар. Так, многие продавцы, участвующие в торговой системе, не считают нужным предоставить на сайте полную информацию о себе как о субъекте торговых отношений. Или же иная ситуация, когда наименование сайта и адрес, указанный в нем, не совпадают с представленной информацией на платежном документе. Кроме того, в настоящее время продажами зачастую занимаются рядовые люди, не зарегистрированные в установленном порядке в качестве индивидуальных предпринимателей. Такие обстоятельства представляют собой сложности при защите потребителем своих прав.

Порядок и условия договора дистанционной купли-продажи, а также его форма не закреплены в нормах действующего в Российской Федерации законодательства. «Как правило, в современных условиях договор с покупателем может вообще не составляться»[[60]](#footnote-60), либо составляться с существенными нарушениями, ущемляющими права потребителя. Как правило, на сайте интернет магазина существует готовая форма бланка заказа, в которой необходимо указать данные: ФИО, паспортные данные, адрес доставки, время доставки и т. д., но на практике этот бланк не является документом, в котором указываются права и обязанности покупателя и продавца, ответственность сторон, порядок разрешения споров и т. п. Кроме того, зачастую встает вопрос о моменте заключения договора. Пункт 20 Правил продажи товаров дистанционным способом гласит: 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. На практике же, направляя бланк заказа в виртуальный магазин, покупатель получает ответ о том, что заказ получен и следует ожидать уточнения данных о товаре посредством телефонной связи с оператором. Такое сообщение покупатель воспринимает как уведомление о принятии акцепта на оферту со стороны продавца в соответствии с п. 2 ст. 437 ГК РФ. Однако, нередко продавцы не исполняют в таком случае своих обязательств, «не совершают ответных действий, тем самым нарушая право покупателя на заключение договора»[[61]](#footnote-61) о дистанционной купле-продаже заказанного товара. В-четвертых, срок доставки товара покупателю. Так, например, глобальный интернет-магазин Alibaba.com, специализирующийся на продаже товаров по всему миру, устанавливает ориентировочные сроки доставки в города Российской Федерации около двух месяцев. Хорошо если товар нужен не срочно и потребитель может ждать, а если вещь необходима, например, к определенной дате. Согласно «Правилам продажи товаров дистанционным способом» продавец обязан передать товар покупателю в порядке и сроки, которые установлены в договоре. В соответствии с правилами продажи товара дистанционным способом продавец должен доставить товар покупателю в указанные в договоре сроки, в случае отсутствия таких условий в договоре - в разумный срок. В этом случае, если продавец не выполняет свои обязательства в части доставки товара в разумный срок, покупатель имеет право обратиться с претензией, в течение семи дней продавец в свою очередь должен выполнить принятые на себя обязательства.

Кроме того, зачастую бывает, что нарушаются не только сроки доставки товара, но и отправка не того товара, игнорирование заказа, получение товара с недостатками и дефектами, отказ продавца от возмещения причиненного ущерба в добровольном порядке и прочие нарушения. Однако, этих проблем можно избежать в случае ответственного подхода к выбору магазина дистанционной торговли, а также при обязательном условии защиты государством законных прав потребителей.

Российское законодательство стремится к все более полному охвату направления дистанционных продаж широкого спектра товаров. Это связано с созданием механизма доставки товара, его выбора, ознакомления с ним. Кроме того, предусмотрена возможность возврата качественного и некачественного товара, что гарантирует защиту прав покупателя.

В результате проведенного исследования, мы выяснили, что доставка товара, его сохранность во время доставки полностью обязанность продавца. Также в его обязанность входит то, что бы отправленный им товар полностью соответствовал, в том числе по комплектности, его описанию при заключении договора дистанционной купли-продажи с покупателем. При этом у покупателя есть право отказаться от доставленного ему товара, но тогда у него возникает обязанность возместить продавцу ущерб, понесенный им в ходе осуществления данной сделки.

Основная особенность подобных сделок состоит в том, что у покупателя нет возможности тактильно ознакомиться с приобретаемым товаром до момента его получения от посредника».

В п. 2 ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей» РФ от 07.02.1992 № 2300-1 предусмотрено, что продавец до того, как заключить договор розничной купли-продажи, обязан предоставить покупателю всю необходимую информацию «о потребительских характеристиках реализуемого товара, сообщить адрес и полное наименование продавца (изготовителя) реализуемого товара, цену, а также все установленные условия покупки и доставки товара до потребителя, устанавливаемый срок службы, гарантийный срок и т.д.». Согласно п. 4 ст. 26.1 закона, у покупателя есть право на то, чтобы отказаться от товара в любой момент до его передачи, а уже после того, как товар передан – в срок 7 суток. Иными словами, до того момента, пока покупатель не получил товар лично, принимая во внимание отсутствие возможности тактильно оценить выбранный товар, опробовать функционал товара, законодательно установлено, что покупатель имеет право отказаться от выполнения условий договора розничной купли- продажи дистанционным способом. Бремя возмещения убытков по доставке товара в этом случае лежит на приобретателе [1].

По действующему законодательству, агрегаторы являются только информирующими службами, которые не отвечают за добросовестность непосредственно продавцов и за достоверность информации о товаре. Иногда такие приобретения заканчиваются тем, что в случае возникновения проблем предъявить претензии некому и вернуть товар невозможно, по причине отсутствия информации о продавце не только на сайте агрегатора, но и на сайте самого Интернет-магазина.

Агрегаторы, являясь информационными посредниками, не несут ответственности перед потребителями за качество и условия предоставления непосредственно товаров и услуг, которые предлагаются на их платформе. Если по условиям деятельности агрегатора ее услуги как посредника являются возмездными и клиент внес плату площадке, она имеет право не возвращать даже при том случае, если клиент остался недоволен качеством услуг, которые были ему оказаны, либо вовсе их не получил. Однако клиент, заказывая услуги посредством агрегатора, не утрачивает права предъявления требований к непосредственным продавцам, так как фактически в договорные правоотношения по поводу их предоставления он вступает именно с ними, а не с агрегатором. В судебной практике к такому выводу пришел Ленинский районный суд города Томска.

Вследствие этого, при покупке товара «online» важно обратить внимание той информации, которая содержится на сайте Интернет-магазина.

А именно: информации о продавце, непосредственно о товаре и об условиях покупки.

В пункте 8 Правил продажи товаров дистанционным способом говорится, что до заключения договора розничной купли-продажи продавец обязан предоставить другой стороне информацию об основных потребительских свойствах товара, о юридическом и физическом адресе продавца и производителя, об условиях доставки, информацию о сроках (службы, годности, гарантии), о порядке оплаты покупки. И на данном этапе возникают основные проблемы.

Вся суть в том, что информация о продавце товара располагается на сайте в сети Интернет, а именно в Интернет-магазине. Так же, нередко возникают ситуации, когда информация о продавце товара, которая содержится в Интернет-магазине недействительна, и при возникновении претензий к качеству товара потребитель элементарно не знает к кому обращаться.

На сегодняшний день регистрирование онлайн-магазина в торговом реестре на территории Российской Федерации происходит в добровольном порядке, в случае невнесения данных в реестр ответственности не предусмотрено. Однако это положение распространяется не везде, например, Республики Беларусь, то там торговля через интернет строго регламентирована, реализовывать продажи через сеть можно только после регистрации в торговом реестре

Для решения данной проблемы необходимо законодательно установить обязательное условие регистрирования Интернет-магазинов в торговом реестре, путем дополнения пункта 3 Правил продажи абзацем 3 следующего содержания: «субъект торговли вправе осуществлять розничную торговлю с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет только через Интернет-магазины, зарегистрированные в Торговом реестре Российской Федерации (далее - Торговый реестр), и с использованием доменного имени, право на администрирование которого получено субъектом торговли в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Субъект торговли вправе использовать иные информационные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет для размещения информации о продаже товаров при наличии в этой информации адресации (гиперссылки) на зарегистрированный субъектом торговли в Торговом реестре Интернет-магазин».

Помимо этого, необходимо внести изменения в Федеральный закон Российской Федерации «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», дополнив статью 8 словами «Хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговлю посредством информационно-телекоммуникационной сети Интернет, обязаны предоставлять сведения о себе для внесения в Торговый реестр в порядке, установленном законодательством Российской Федерации».

Однако при внесении предлагаемых изменений в статью 8 Федерального закона Российской Федерации «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», потребуется внесение дополнений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, которые будут устанавливать ответственность Интернет-магазинов за непредоставление и (или) предоставление недостоверных сведений для внесения в Торговый реестр.

В то же время, проблема агрегаторов-посредников представляется в виде вопроса о допустимой мере ответственности владельцев сайтов- операторов торговых площадок - за недостоверную информацию, которая размещается на их сайтах. Так, в отдельных регионах деятельность информационных посредников подверглась открытому противодействию со стороны местных органов власти.

Таким образом, для решения проблем правового регулирования защиты прав потребителей необходимо законодательно закрепить понятие информационного посредника (агрегатора), а также пределы ответственности агрегаторов. В этих целях целесообразно внести поправки в Федеральный закон «О защите прав потребителей» и преамбулу после слов: «Основные понятия, используемые в настоящем Законе» дополнить абзацем следующего содержания: «Агрегатор информации о товарах (услугах) (далее - агрегатор) - организация либо индивидуальный предприниматель, который является владельцем программы для электронных вычислительных машин и (или) владельцем сайта и (или) страницы сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», предоставляющие потребителю в отношении определенного товара (услуги) одновременно возможность ознакомиться с предложением продавца (исполнителя) о заключении договора купли-продажи товара (договора возмездного оказания услуг) в объеме, предусмотренном в соответствующем предложении продавца (исполнителя), заключить с продавцом (исполнителем) договор купли- продажи (договор возмездного оказания услуг), а также произвести предварительную оплату указанного товара (услуги) путем перевода денежных средств агрегатору в рамках применяемых форм безналичных расчетов в соответствии с пунктом 3 статьи 161 настоящего Закона и Федеральным законом от 27 июня 2011 года № 161-ФЗ «О национальной платежной системе»». Кроме того, в наименовании ст. 12 ФЗ «О защите прав потребителей» после слова «продавца» дополнить словом «, агрегатора» и дополнить данную статью пунктом 5 следующего содержания: «Агрегатор, предоставивший потребителю, заключившему договор купли-продажи (договор возмездного оказания услуг) с продавцом (исполнителем), недостоверную информацию о товаре (услуге) или продавце (исполнителе), несет ответственность за убытки, причиненные потребителю вследствие предоставления ему такой информации.

Также необходимо дополнить часть 1 статьи 12 Федерального закона «О лицензировании отдельных видов деятельности» пунктом 53 следующего содержания: «деятельность по продаже товаров посредством информационно-телекоммуникационной сети Интернет».

Таким образом, обнаруживается глобальная проблема - возможность реализации всех тех прав, которые предоставляет законодательство о защите прав потребителей. Точная идентификация продавца - важнейшая гарантия соблюдения прав потребителей. Кроме безусловного соблюдения продавцом требований законодательства по предоставлению полной, необходимой информации о себе и о товаре, возможным решением данной проблемы может стать введение обязательного лицензирования деятельности по продаже товаров посредством сети Интернет. В этих целях необходимо дополнить часть 1 статьи 12 Федерального закона «О лицензировании отдельных видов деятельности» пунктом 53 следующего содержания: «деятельность по продаже товаров посредством информационно-телекоммуникационной сети Интернет».

Итак, исходя из вышеизложенного в данной, можно сделать вывод о том, что существует ряд пробелов в законодательстве об обороте товаров в сети Интернет, в связи с чем, возникают проблемы защиты прав потребителей. Изменения, которые необходимо ввести в законодательство, предложенные в данной статье сделают Интернет-торговлю более цивилизованной, а также приблизят к уровню защиты потребителей, принятому в традиционной торговле.

Таким образом, исходя из определения понятия дистанционной торговли и особенностей ее осуществления, можно сделать вывод, что она представляет собой коммерческую деятельность по розничной купле-продаже товаров, которая осуществляется в виртуальных магазинах и происходит без непосредственной коммуникации между продавцом и покупателем в момент заключения сделки, при которой купленный товар должен быть доставлен по указанному покупателем адресу.

Особенности дистанционных продаж состоят в следующем: отсутствие непосредственной визуальной коммуникации между продавцом и покупателем, невозможность тактильного ознакомления с товаром и его образцом, а также заключение дистанционного договора купли-продажи. Так, договор о дистанционной купле-продаже товара заключается в виртуальном магазине, по факту - в месте нахождения продавца и месте нахождения потребителя. В- третьих, законодательством точно определен предмет рассматриваемого нами договора - это товар, что закреплено в положениях ст. 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» и в п. 2 Правил продажи товаров дистанционным способом. В-четвертых, особый субъектный состав возникающих правоотношений, что связано с передачей товара от продавца покупателю зачастую через посредника - организатора доставки товара. Субъектный состав рассматриваемых отношений не подпадает под круг тех лиц, кто участвует в потребительских отношениях, предусмотренных преамбулой Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» и п. 2 Правил продажи товаров дистанционным способом. В-пятых, рассматриваемый нами договор является не самостоятельным видом договора, а представляет собой одну из форм розничной продажи купли-продажи товаров. В-шестых, наличие промежутка времени, который разделяет момент заключения договора и его окончательное исполнение. Вышеназванные особенности дистанционных продаж вызывают ряд вопросов у продавца и покупателя.

## 2.4 Ответственность. Защита прав потребителя по договору дистанционной купли-продажи

Ответственность за исполнение договора, заключенного потребителем с продавцом (исполнителем) на основе предоставленной агрегатором информации о товаре (услуге) и продавце (исполнителе), а также за соблюдение прав потребителей, связанных с последствиями передачи потребителю товаров (услуг) ненадлежащего качества и обменом непродовольственных товаров надлежащего качества, несет продавец (исполнитель).

Агрегатор не несет ответственности за убытки, причиненные потребителю вследствие предоставления ему недостоверной информации о товаре (услуге), в случаях, если агрегатор не изменяет информацию о товаре (услуге), предоставленную соответственно продавцом (исполнителем) и содержащуюся в предложении о заключении договора купли-продажи (договора возмездного оказания услуг)».

Агрегаторы, являясь информационными посредниками, не несут ответственности перед потребителями за качество и условия предоставления непосредственно товаров и услуг, которые предлагаются на их платформе. Если по условиям деятельности агрегатора ее услуги как посредника являются возмездными и клиент внес плату площадке, она имеет право не возвращать даже при том случае, если клиент остался недоволен качеством услуг, которые были ему оказаны, либо вовсе их не получил. Однако клиент, заказывая услуги посредством агрегатора, не утрачивает права предъявления требований к непосредственным продавцам, так как фактически в договорные правоотношения по поводу их предоставления он вступает именно с ними, а не с агрегатором. В судебной практике к такому выводу пришел Ленинский районный суд города Томска[[62]](#footnote-62).

Таким образом, в данном параграфе была рассмотрена специфика субъектного состава договора розничной купли-продажи товаров, который заключается посредством информационно-телекоммуникационных средств, в частности сети Интернет. Было выявлено, что нет специальных законодательно установленных требований к фигуре продавца, вследствие чего, покупатель зачастую лишается гарантий, которые предоставляет законодательство о защите прав потребителей. В связи с этим, для решения данной проблемы предлагается введение обязательного лицензирования деятельности по продаже товаров посредством сети Интернет. Кроме того, было установлено, что в нашем государстве законодательно не урегулирована деятельность Интернет-магазинов. С учетом сложившихся тенденций правового регулирования данной деятельности в зарубежных странах, был сделан вывод о необходимости законодательного закрепления условия об обязательном регистрировании Интернет-магазинов в торговом реестре, путем дополнения пункта 3 Правил продажи абзацем 3. Помимо этого, была выявлена необходимость в законодательном закреплении в Федеральном законе «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» обязанности предоставления хозяйствующими субъектами, которые осуществляют торговлю посредством сети Интернет, сведений о себе для внесения в торговый реестр в порядке, установленном законодательством Российской Федерации. В дополнении ко всему, в параграфе, путем анализа юридической литературы и судебной практики, был выявлен пробел в законодательстве, который заключается в том, что информационные посредники исключены из правового поля, по этой причине страдают потребители. В связи с этим предлагается закрепить юридическое понятие «агрегатор товаров (услуг)» для информационных посредников. А также, ввести их ответственность за информацию и за ущерб потребителю от ее недостоверности.

В течение трех месяцев с момента получения товара у покупателя есть право на отказ от товара в том случае, если продавец не предоставил информацию о сроках. В этом случае можно говорить о нарушении принципа равенства субъектов правоотношений, так как законодательно в такой ситуации покупатель находится в заведомо выигрышном положении. Таким образом получается, что потребитель, который не знает положений Закона Российской Федерации «О защите прав потребителя», имеет возможность воспользоваться своим положением, тем самым делая продавца уязвимым.

Кроме того, согласно действующему законодательству покупатель имеет возможность вернуть в адрес продавца и качественный товар, который был куплен по договору дистанционной купли-продажи, при соблюдении некоторых условий: сохраненный товарный вид и потребительские свойства товар, а также наличие документы, который подтверждает оплату товара Кроме того, в некоторых случаях покупатель имеет права не предъявлять такой документ, ели может доказать иными способами фат приобретения товара дистанционным способом.

Продавец обязан вернуть денежные средства, которые покупатель внес за товар в случае отказа от него, за минусом расходов, понесенных в связи с доставкой предмета договора дистанционной купли-продажи. Денежные средства должны поступить в адрес покупателя не позднее десяти дней с момента отказа от неподошедшего товара.

Ст. 18-24 Закона «О защите прав потребителей» регулируются последствия продажи дефектных товаров в сфере розничной купли-продажи, что также применимо к последствиям продаж, совершенных дистанционным способом.

Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» предусмотрены меры ответственности продавца в виде неустойки, компенсации морального вреда, возмещения убытков при невыполнении принятых на себя обязательств.

Согласно бытующему мнению о моменте заключения договора дистанционной купли-продажи товаров с моменты получения документа, подтверждающего оплату товара, следует отметить, что такими документами могут являться: кассовый или товарный чек, а также электронное письмо.

Акт сдачи - приемки товара или накладная считаются документами, которые подтверждают оплату в том случае, если товар приобретается в кредит или безналичным платежом. Однако, такие документы не применимы в случае, когда покупатель осуществляет оплату банковской картой.

Исходя из изложенного, становится ясно, что «продажа товаров дистанционным способом законодательно урегулирована, и покупатель в этом случае рассматривается как более слабый субъект, требующий защиты. Вместе с тем требуется включение в Закон РФ «О защите прав потребителей» нормы, отсылающей к Постановлению Правительства РФ № 612 и легитимирующей его»[[63]](#footnote-63).

Стоит отметить, что в связи с относительной новизной такого явления как дистанционные продажи, наблюдается недостаток статей, книг, монографий, посвященных данной сфере, рассматриваемая тема недостаточно изучена в литературе, проблеме защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом посвящены только некоторые работы. Так, Ю.Е. Гузова, анализируя данный способ продаж и его особенности, говорит о том, что «иногда некоторые товары доходят до покупателя в течении нескольких месяцев, это устроит потребителя, если продукт потребления срочно не нужен, но что, если данная вещь необходима, к примеру, к определенному сроку. В тех случаях, когда сроки доставки товара не определены, а возможности для определения нет, то продавец должен передать товар в разумный срок»[[64]](#footnote-64).

И.Г. Мошкало в своей работе отмечает, что зачастую при покупке товаров дистанционным способом потребители сталкиваются с недобросовестными продавцами. Потребитель «в слепую» заказывает товар дистанционным способом, руководствуясь отзывами и оценками товара и надеясь на то, что данная информация и информация о продавце является действительной. Конечно, Уголовным Кодексом РФ предусмотрена квалификация данного деяния в качестве мошенничества, но «из-за высокой латентности данного преступления привлечение продавца к ответственности практически невозможно»[[65]](#footnote-65).

Также считает Р.Р. Абдурахманов, в своей работе он изучает основные положения о защите прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров. Он проводит анализ особенностей данного правового института, выявляет недостатки нормативно-правовой базы в части дистанционных продаж, предлагает варианты решения данных проблем. Он обозначает ключевые моменты, которые, по его мнению, должны быть включены в Закон «О защите прав потребителей».[[66]](#footnote-66)

Например, если потребитель отказывается от товара, то продавец должен возвратить денежную сумму, уплаченную по договору, за исключением расходов, понесенных в связи с доставкой товара. В случае если компромисс не найден, а продавец и покупатель настаивают каждый на своей правоте, то лучшим решением станет проведение экспертизы. В этом случае оплата указанной процедуры должна исходить от продавца. При проведении экспертизы покупатель имеет право на присутствие, а также на обжалование результатов в том случае если они покажутся неудовлетворительными. В случае установления в процессе проведения экспертизы дефектов товара, появившихся в ходе ненадлежащего использования, покупатель должен будет возместить понесенные расходы продавцу.

Проводя анализ процесса защиты прав потребителей при продаже товара дистанционным способом М.С. Арутюнян утверждает, что Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» в части дистанционного способа продажи товаров не указывает на нормативно-правовые акты, которыми регулируется данная сфера коммерческой деятельности, то есть не имеет даже отсылки на Постановление Правительства РФ № 612. По мнению

М.С. Арутюнян, необходимо внести соответствующие отсылочные изменения в данный документ.

В.В. Архипов анализируя законодательство о защите прав потребителей, считает, что он «ставит покупателя в заведомо преимущественное положение и нарушает принцип равенства участников гражданских правоотношений»[[67]](#footnote-67). Продавец обязан заключить договор с любым покупателем, имеющим намерение купить товар, предложенный в его описании.

Важно отметить, что обнаруженные дефекты товара в течение двух лет с момента его получения, но возникшие еще до передачи товара покупателю, дают право последнему на предъявление претензии продавцу. Так, если срок гарантии не указан, общим сроком согласно действующему законодательству, является два года, если иные периоды времени не установлены законодательством или договором купли-продажи.

Сроки гарантии и сроки службы товара исчисляются с момента передачи его потребителю, если иные условия не обозначены в договоре. Например, для товаров сезонного типа сроки начинают отсчитываться в соответствии с нормативными актами субъектов на основании климатических условий места проживания покупателя. При доставке купленного в Интернете товара сроки начинают течь с момента доставки товара покупателю. При невозможности определения срока его начало совпадает с днем заключения договора о купле-продаже товара. Сроки для устранения выявленных в товаре недостатков аналогичны срокам при купле-продаже розничного типа.

Товар, который был создан специально под определенного потребителя и использование другими людьми не представляется возможным, вернуть нельзя. Если полученный товар не соответствует условиям сделки в отношении количества, ассортимента, комплектности, то срок, данный потребителю для уведомления об ошибке, составляет 20 дней. При возврате товара важно, чтобы товарный вид продукта не был утерян, отсутствовали следы эксплуатации, что поможет в дальнейшей реализации товара продавцом другому покупателю.

Законодательством Российской Федерации не установлена ответственность продавца за нарушение срока в 10 дней для возврата денежных средств покупателю при совершении возврата товара, купленного дистанционным способом. Последствия дистанционной продажи товара ненадлежащего качества совпадают с такими же последствиями при обычной розничной продаже, и регулируются статьями 18-24Закона РФ «О защите прав потребителей».

Итак, исходя из вышеизложенного в данной, можно сделать вывод о том, что существует ряд пробелов в законодательстве об обороте товаров в сети Интернет, в связи с чем, возникают проблемы защиты прав потребителей. Изменения, которые необходимо ввести в законодательство, предложенные в данной главе, сделают Интернет-торговлю более цивилизованной, а также приблизят к уровню защиты потребителей, принятому в традиционной торговле.

Анализируя приведенные выше мнения авторов, можно выделить следующие проблемы в области защиты прав потребителей при заключении договора о дистанционной продаже товара.

1. Сложности в идентификации покупателя при заключении договора в электронном виде. В этом случае вопрос встает о форме сделки. Гражданский кодекс Российской Федерации предусматривает возможность совершения сделок в устной форме, если законом не предусмотрено иное. Защита персональных данных граждан Российской Федерации предусмотрена лишь на территории Российской Федерации, что, несомненно, подразумевает ряд затруднений при дистанционной купле-продаже в иностранных Интернет-магазинах.
2. Достоверность информации о посреднике. Так, согласно п. 8 Правил продажи товаров дистанционным способом продавец обязан предоставить достоверную информацию о свойствах товара, месте его изготовления, цене и условии приобретения, о месте нахождения продавца и полном его наименовании, о сроке, который обуславливает предложение, о дистанционной купле-продаже и др. Однако, информацию о посредниках продавец согласно законодательству имеет право не предоставлять.

Сайт представляет собой нематериальную корреляцию программного обеспечения и информации, таким образом сложно представить себе данный факт в качестве постоянного представительства, где продавцом размещается вышеназванная информация. Именно при помощи сторонних специалистов большинство продавцов в сфере дистанционной торговли имеют возможность организовывать свою деятельность в Интернет-пространстве.

Таким образом, нет никакой гарантии о достоверности информации, размещенной на сайте в сети Интернет. Следовательно, назревает вопрос о необходимости введения в законодательство меры ответственности владельцев сайтов (продавцов) за информацию, размещаемую на ресурсах.

1. Проблема юрисдикции стала все более актуальной с появлением сети Интернет, охватившей весь мир, за что и получившей свое название «Всемирная паутина». Этот вопрос заключается в «выборе между применением национального законодательства «О защите прав потребителей» и отдельных положений, связанных с ведением дистанционной купли-продажи»[[68]](#footnote-68).

Список перечисленных выше проблем не является исчерпывающим, но при грамотном подходе к выбору виртуального магазина, многих проблем удастся избежать или решить в установленном законодательством порядке. Кроме того, развитие нормативно-правовой базы происходит параллельно с развитием дистанционной торговли.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, как мы отмечали выше, торговля дистанционным способом - это способ розничной реализации товаров, при котором покупатель и продавец не контактируют лично, и первая особенность - это удаленность сторон сделки, при которой товар можно оценить визуально и исключительно по описанию посредством технических средств связи, таких как аудиотекст, видеотекст, телевидение, почтовые рассылки, каталоги, телефон, интернет.

# БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

[Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2022)](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/) // https://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_5142/d987f8aecdea90060f74c0c6bdfe46d28f528d7e/

# Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 05.12.2022) // https://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_34661/

# Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 21.11.2022) // https://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_10699/

[Федеральный закон от 21.07.2005 N 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд»](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54598/) (ред. от 02.07.2013) // УТРАТИЛ СИЛУ

[Федеральный закон от 21.07.2005 N 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд»](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54598/) (ред. от 02.07.2013) // УТРАТИЛ СИЛУ

[Федеральный закон от 27.12.2002 N 184-ФЗ «О техническом регулировании» (ред. от 02.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 23.12.2021)](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/) // https://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_40241/01fbae25b3040955277cbd70aa1b907cceda878e/

# Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 05.12.2022) // https://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_305/

# Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 N 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» (ред. от 16.05.2020) // УТРАТИЛ СИЛУ

1. Авдеева Е.А. Проблемы развития электронной коммерции в России. Молодой ученый. 2016;(13):363–365
2. Антипина П.В. Электронная коммерция: учеб. пособие/ П.В. Антипина. – Иркутск: Изд. дом БГУ, 2020
3. Барабачкова, М.Н. Дистанционная купля-продажа товаров: актуальные проблемы практики / М.Н. Барабачкова // [E-SCIO](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=41422761). – 2019. - №8. – С. 368
4. Белова, О.А. [Актуальные нововведения в области дистанционной торговли розничной купли-продажи товаров](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46436831) / О.А. Белова // [Вестник Евразийской академии административных наук](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=46436810). 2021. [№ 2 (55)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=46436810&selid=46436831). С. 107-111.
5. Будущее e-commerce, предсказания на 2023 год // https://adpass.ru/?p=45424

# Булгаков, И. К вопросу о регулировании интернет-агрегаторов // https://zakon.ru/blog/2016/02/11/k\_voprosu\_o\_regulirovanii\_internetagregatorov

1. Бычков, А. Правовые аспекты деятельности агрегаторов // <https://www.eg-online.ru/article/351452/>
2. Васильева Н.М. Электронная коммерция как правовая категория // Юрист. 2006. № 5. С. 2
3. Величко, В.В. [Дистанционный способ торговли в условиях цифровых технологий](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46220847) / Г.В. Величко // [Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=46220720). 2021. [№ 1](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=46220720&selid=46220847). С. 569-573.

Величко, В.В. [Дистанционный способ торговли в условиях цифровых технологий](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46220847) / Г.В. Величко // [Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=46220720). 2021. [№ 1](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=46220720&selid=46220847). С. 569-573

# Веригина, А.В. Приоритеты развития электронной коммерции в 2022 году / А. В. Веригина // Экономика. Налоги. Право. – 2022. – № 1. – С. 94 - 104.

1. Вирин, Ф. Онлайн-продажи. Осень 2022 // Маркетинговое исследование рынка Интернет-торговли. Data Insight. https://datainsight.ru/
2. Гаврилов Л.П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов/Л.П.Гаврилов-3-е изд., доп.- Москва: Издательство Юрайт, 2021
3. Гильнич, А.И. [Современное состояние рынка дистанционной торговли в России: тенденции и проблемы развития](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44909550) / А.И. Гильнич // [Инновации. Наука. Образование](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44909523). 2021. [№ 27](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44909523&selid=44909550). С. 180-184.

Гончарук, И.В. Обзор исследований о влиянии пандемии Covid-19 на развитие мировой и российской электронной торговли / И. В. Гончарук // Таможенная политика России на Дальнем Востоке. – 2021. – № 1. – С. 66 – 82.

1. Григорян, С.А. [Проблемы правового регулирования дистанционной торговли товарами и услугами в период пандемии](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44313405) / С.А. Григорян // [Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44313382). 2020. [№ 12 (127)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44313382&selid=44313405). С. 94-96.

Директива Европейского парламента и Совета Европейского союза 2011/83/ЕС «О правах потребителей» от 25 октября 2011 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: СПС КонсультантПлюс

1. Еремина, Р.В., [Оценка эффективности дистанционной торговли в сети Интернет](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47416177) / Р.В. Еремина, В.В. Турченко // [Деловой вестник предпринимателя](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=47416163). 2021. [№ 5 (3)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=47416163&selid=47416177). С. 58-62.

Зуев А., Мясникова Л. Электронный рынок и «новая экономика» // Вопросы экономики. 2004. № 2. С. 57

Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 301

Информационное право : учебник для вузов / М. А. Федотов [и др.] ; под редакцией М. А. Федотова. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 497 с

1. Косарев А.С. Проблемы правового регулирования сделок в сфере электронной коммерции. М., 2010. С. 7
2. Кузнецова, А.В. [Развитие дистанционной торговли как экономического, а также правового явления](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48660395) / А.В. Кузнецова // [Студенческий](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=48660377). 2022. [№ 18-8 (188)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=48660377&selid=48660395). С. 68-70.

# Назаркин, В. Что такое маркетплейс простыми словами, модели работы и какому бизнесу подойдет // https://neiros.ru/blog/sales/chto-takoe-marketpleys-prostymi-slovami-modeli-raboty-i-kakomu-biznesu-podoydet/

Определение Московского городского суда от 24 ноября 2014 года по делу № 33-38124/2013 [Электронный ресурс]. Режим доступа: СПС Гарант

1. Полевик, Г.А. [Защита прав потребителей в договорах при дистанционной торговле в условиях пандемии Сovid-19](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49574240) / Г.А. Полевик // В сборнике: Актуальные проблемы науки и практики: Гатчинские чтения–2022. Сборник научных трудов по материалам IХ Международной научно-практической конференции, приуроченной к празднованию 300-летия Российской академии наук. 2022. С. 128-130.

Решение Дудинского районного суда Красноярского края «О запрете деятельности диспетчерской службы «Бриз» от 01 марта 2016 года по делу № 2-549/2017 [Электронный ресурс]. Режим доступа: СПС КонсультантПлюс

1. Салтыкова, И.В. [Актуальные проблемы правового регулирования дистанционной торговли](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44577250) / И.В. Салтыкова // [Молодой ученый](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44577170). 2021. [№ 3 (345)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44577170&selid=44577250). С. 215-218.
2. Салтыкова, И.В. [Анализ положительных и отрицательных сторон дистанционной торговли](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44394723) / Салтыкова И.В. // [Молодой ученый](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44394588). 2020. [№ 49 (339)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44394588&selid=44394723). С. 312-314.

Тедеев А.А., Усанов В.Е. Электронное государство. Монография. - М.: Элит, 2008

1. Фролов, И.В. [Проблемы определения понятия «дистанционная торговля»](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44551695) / И.В. Фролов // [Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44551658). 2020. [№ 12-1](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44551658&selid=44551695). С. 166-169.
2. Чернов, Н.А. [Договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49081360) / Н.А. Чернов // [Трибуна ученого](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=49081311). 2022. [№ 5](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=49081311&selid=49081360). С. 278-284.

# Яркин, С. Будущее e-commerce, предсказания на 2023 год // https://adpass.ru/?p=45424

1. Информационное право : учебник для вузов / М. А. Федотов [и др.] ; под редакцией М. А. Федотова. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 497 с [↑](#footnote-ref-1)
2. Тедеев А.А., Усанов В.Е. Электронное государство. Монография. - М.: Элит, 2008 [↑](#footnote-ref-2)
3. Салтыкова, И.В. [Анализ положительных и отрицательных сторон дистанционной торговли](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44394723) / Салтыкова И.В. // [Молодой ученый](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44394588). 2020. [№ 49 (339)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44394588&selid=44394723). С. 312-314 [↑](#footnote-ref-3)
4. Авдеева Е.А. Проблемы развития электронной коммерции в России. Молодой ученый. 2016;(13):363–365 [↑](#footnote-ref-4)
5. Кузнецова, А.В. [Развитие дистанционной торговли как экономического, а также правового явления](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48660395) / А.В. Кузнецова // [Студенческий](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=48660377). 2022. [№ 18-8 (188)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=48660377&selid=48660395). С. 68-70 [↑](#footnote-ref-5)
6. Величко, В.В. [Дистанционный способ торговли в условиях цифровых технологий](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46220847) / Г.В. Величко // [Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=46220720). 2021. [№ 1](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=46220720&selid=46220847). С. 569-573 [↑](#footnote-ref-6)
7. Антипина П.В. Электронная коммерция: учеб. пособие/ П.В. Антипина. – Иркутск: Изд. дом БГУ, 2020 [↑](#footnote-ref-7)
8. Барабачкова, М.Н. Дистанционная купля-продажа товаров: актуальные проблемы практики / М.Н. Барабачкова // [E-SCIO](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=41422761). – 2019. - №8. – С. 368 [↑](#footnote-ref-8)
9. [Федеральный закон от 27.12.2002 N 184-ФЗ «О техническом регулировании» (ред. от 02.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 23.12.2021)](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/) // https://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_40241/01fbae25b3040955277cbd70aa1b907cceda878e/ [↑](#footnote-ref-9)
10. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 301  [↑](#footnote-ref-10)
11. Гаврилов Л.П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов/Л.П.Гаврилов-3-е изд., доп.- Москва: Издательство Юрайт, 2021 [↑](#footnote-ref-11)
12. [Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2022)](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/) // https://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_5142/d987f8aecdea90060f74c0c6bdfe46d28f528d7e/ [↑](#footnote-ref-12)
13. # Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 05.12.2022) // https://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_34661/

    [↑](#footnote-ref-13)
14. # Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 21.11.2022) // https://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_10699/

    [↑](#footnote-ref-14)
15. [Федеральный закон от 21.07.2005 N 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд»](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54598/) (ред. от 02.07.2013) // УТРАТИЛ СИЛУ [↑](#footnote-ref-15)
16. [Федеральный закон от 21.07.2005 N 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд»](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54598/) (ред. от 02.07.2013) // УТРАТИЛ СИЛУ [↑](#footnote-ref-16)
17. Белова, О.А. [Актуальные нововведения в области дистанционной торговли розничной купли-продажи товаров](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46436831) / О.А. Белова // [Вестник Евразийской академии административных наук](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=46436810). 2021. [№ 2 (55)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=46436810&selid=46436831). С. 107-111 [↑](#footnote-ref-17)
18. # Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 05.12.2022) // https://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_305/

    [↑](#footnote-ref-18)
19. Фролов, И.В. [Проблемы определения понятия «дистанционная торговля»](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44551695) / И.В. Фролов // [Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44551658). 2020. [№ 12-1](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44551658&selid=44551695). С. 166-169 [↑](#footnote-ref-19)
20. # Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 N 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» (ред. от 16.05.2020) // УТРАТИЛ СИЛУ

    [↑](#footnote-ref-20)
21. Зуев А., Мясникова Л. Электронный рынок и «новая экономика» // Вопросы экономики. 2004. № 2. С. 57 [↑](#footnote-ref-21)
22. Косарев А.С. Проблемы правового регулирования сделок в сфере электронной коммерции. М., 2010. С. 7 [↑](#footnote-ref-22)
23. Чернов, Н.А. [Договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49081360) / Н.А. Чернов // [Трибуна ученого](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=49081311). 2022. [№ 5](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=49081311&selid=49081360). С. 278-284 [↑](#footnote-ref-23)
24. Васильева Н.М. Электронная коммерция как правовая категория // Юрист. 2006. № 5. С. 2 [↑](#footnote-ref-24)
25. # Яркин, С. Будущее e-commerce, предсказания на 2023 год // https://adpass.ru/?p=45424

    [↑](#footnote-ref-25)
26. Вирин, Ф. Онлайн-продажи. Осень 2022 // Маркетинговое исследование рынка Интернет-торговли. Data Insight. https://datainsight.ru/ [↑](#footnote-ref-26)
27. Гильнич, А.И. [Современное состояние рынка дистанционной торговли в России: тенденции и проблемы развития](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44909550) / А.И. Гильнич // [Инновации. Наука. Образование](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44909523). 2021. [№ 27](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44909523&selid=44909550). С. 180-184 [↑](#footnote-ref-27)
28. Еремина, Р.В., [Оценка эффективности дистанционной торговли в сети Интернет](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47416177) / Р.В. Еремина, В.В. Турченко // [Деловой вестник предпринимателя](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=47416163). 2021. [№ 5 (3)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=47416163&selid=47416177). С. 58-62 [↑](#footnote-ref-28)
29. Григорян, С.А. [Проблемы правового регулирования дистанционной торговли товарами и услугами в период пандемии](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44313405) / С.А. Григорян // [Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44313382). 2020. [№ 12 (127)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44313382&selid=44313405). С. 94-96 [↑](#footnote-ref-29)
30. Гончарук, И.В. Обзор исследований о влиянии пандемии Covid-19 на развитие мировой и российской электронной торговли / И. В. Гончарук // Таможенная политика России на Дальнем Востоке. – 2021. – № 1. – С. 66 – 82. [↑](#footnote-ref-30)
31. # Назаркин, В. Что такое маркетплейс простыми словами, модели работы и какому бизнесу подойдет // https://neiros.ru/blog/sales/chto-takoe-marketpleys-prostymi-slovami-modeli-raboty-i-kakomu-biznesu-podoydet/

    [↑](#footnote-ref-31)
32. # Веригина, А.В. Приоритеты развития электронной коммерции в 2022 году / А. В. Веригина // Экономика. Налоги. Право. – 2022. – № 1. – С. 94 - 104.

    [↑](#footnote-ref-32)
33. Салтыкова, И.В. [Актуальные проблемы правового регулирования дистанционной торговли](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44577250) / И.В. Салтыкова // [Молодой ученый](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44577170). 2021. [№ 3 (345)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=44577170&selid=44577250). С. 215-218 [↑](#footnote-ref-33)
34. Полевик, Г.А. [Защита прав потребителей в договорах при дистанционной торговле в условиях пандемии Сovid-19](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49574240) / Г.А. Полевик // В сборнике: Актуальные проблемы науки и практики: Гатчинские чтения–2022. Сборник научных трудов по материалам IХ Международной научно-практической конференции, приуроченной к празднованию 300-летия Российской академии наук. 2022. С. 128-130 [↑](#footnote-ref-34)
35. # Булгаков, И. К вопросу о регулировании интернет-агрегаторов // https://zakon.ru/blog/2016/02/11/k\_voprosu\_o\_regulirovanii\_internetagregatorov

    [↑](#footnote-ref-35)
36. Решение Дудинского районного суда Красноярского края «О запрете деятельности диспетчерской службы «Бриз» от 01 марта 2016 года по делу № 2-549/2017 [Электронный ресурс]. Режим доступа: СПС КонсультантПлюс [↑](#footnote-ref-36)
37. Определение Московского городского суда от 24 ноября 2014 года по делу № 33-38124/2013 [Электронный ресурс]. Режим доступа: СПС Гарант [↑](#footnote-ref-37)
38. Директива Европейского парламента и Совета Европейского союза 2011/83/ЕС «О правах потребителей» от 25 октября 2011 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: СПС КонсультантПлюс [↑](#footnote-ref-38)
39. Поляев, В.В. Проблемы правового регулирования оборота товаров в сети Интернет: от дистанционной торговли до виртуальной собственности / В.В. Поляев. - М.: Закон, 2014. - 260 с. [↑](#footnote-ref-39)
40. Киселева, Р.В. Нарушение прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / Р.В. Киселева // Инновационные процессы и технологии в современном мире. - 2015. - № 1 (3). - С. 170-173. [↑](#footnote-ref-40)
41. Кириллова, О.А. Правовая характеристика существенных условий договора дистанционной купли-продажи, определяющих его место в системе договоров купли-продажи. / О.А. Кириллова // Вестник ВолГУ. - 2015 - № 1 - С. 112. [↑](#footnote-ref-41)
42. Пимаева, О.А. Гражданско-правовое регулирование отношений в области дистанционной торговли / О.А. Пимаева // Молодой ученый. - 2017. - № 46. - С. 237-239. [↑](#footnote-ref-42)
43. Соловьев, К.В. Дистанционная торговля как объект правового регулирования / К.В. Соловьев // Вестник МИЭП. - 2016. - № 3 (24). - С. 119-126. [↑](#footnote-ref-43)
44. Яворская, С.А. Особенности и проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом / С.А. Яворская // Актуальные проблемы гражданского права. - 2015. - № 1. - С. 140-152. [↑](#footnote-ref-44)
45. Максимова, Н.А. Предоставление информации о товаре по договору дистанционной купли- продажи / Н.А. Максимова // Молодой ученый. - 2018. - № 24. - С. 222-224. [↑](#footnote-ref-45)
46. Рынкевич, И.М. Проблема гражданско-правового регулирования продажи товаров дистанционным способом / И.М. Рынкевич // Актуальные проблемы российского частного права. - 2017. - № 1. - С. 102-105. [↑](#footnote-ref-46)
47. Филина, Ф.Н. Торговля с доставкой: проблемные моменты / Ф.Н. Филина // Предприниматель без образования юридического лица. ПБОЮЛ. - 2007. - № 2 [↑](#footnote-ref-47)
48. Блинов, А. Продажа товаров дистанционным способом / А. Блинов // Новая бухгалтерия. - 2008. - № 1. - С. 55-68. [↑](#footnote-ref-48)
49. Яворская, С.А. Особенности и проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом / С.А. Яворская // Актуальные проблемы гражданского права. - 2015. - № 1. - С. 140-152. [↑](#footnote-ref-49)
50. Левашов, С. Электронные деньги / С. Левашов // Юрист : электронный журнал - 2005. - № 48. [↑](#footnote-ref-50)
51. Иванов, Р.В. Нарушение прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / Р.В. Иванов // Инновационные процессы и технологии в современном мире. - 2015. - № 1 (3). -

    С.170-173. [↑](#footnote-ref-51)
52. Гришина, Т.М. Обеспечение безопасности российского бизнеса в сетевом обществе: некоторые правовые вопросы/ Т.М. Гришина // Безопасность бизнеса. - 2017. - № 4. - С. 3-8. [↑](#footnote-ref-52)
53. Европейская конвенция от 01.01.2002 г. «О международной почтовой и дистанционной торговле». - <http://zpp74.ru/zakonodatelstvo/300.html>. [↑](#footnote-ref-53)
54. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 г. № 612 «Об

    утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом». - СПС «Гарант». [↑](#footnote-ref-54)
55. Флейгель, Л.Ю. Проблемы, связанные с защитой прав потребителей при дистанционной торговле через сеть «Интернет» / Л.Ю. Флейгель // Приднепровский научный вестник. - 2018. -

    № 1. - С. 6-8. [↑](#footnote-ref-55)
56. Тужилова-Орданская, Е.В. Гражданско-правовое регулирование дистанционного договора / Е.В. Тужилова-Орданская // Вестник Волгоградского государственного университета. - 2016. - № 6. - С. 258-260. [↑](#footnote-ref-56)
57. Кечагин, И. Продажа на дистанции. Оформление сделки / И. Кечагин // Современный предприниматель. - 2008. - № 11. [↑](#footnote-ref-57)
58. Кремнев, Ю.В. Проблемы правового регулирования продаж товаров дистанционным способом посредством сети Интернет / Ю.В. Кремнев // Концепции устойчивого развития науки в современных условиях. - 2017. - № 1. - С. 244-248. [↑](#footnote-ref-58)
59. Шитина, О.А. Защита прав потребителей в области дистанционной торговли по гражданскому законодательству Российской Федерации / О.А. Шитина // Молодой ученый. - 2017. - № 41. - С.124-127. [↑](#footnote-ref-59)
60. Симонян, А.Л. Защита прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / А.Л. Симонян // Молодой ученый. - 2018. - № 4. - С. 154-156. [↑](#footnote-ref-60)
61. Савенкова, И.В. Дистанционная торговля и ее место в ритейлинге / И.В. Савенкова // Молодой ученый. - 2016. - № 8. - С. 659-663. [↑](#footnote-ref-61)
62. Бычков, А. Правовые аспекты деятельности агрегаторов // https://www.eg-online.ru/article/351452/ [↑](#footnote-ref-62)
63. Арутюнян, М.С. Механизм защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом / М.С. Арутюнян // Аграрная наука. - 2016. - № 1. - С. 185-191. [↑](#footnote-ref-63)
64. Гузова, Ю.Е. Особенности продажи товаров дистанционным способом и проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров через Интернет / Ю.Е. Гузова // Общественное научное мероприятие. - 2014. - № 1. - С. 33-35 [↑](#footnote-ref-64)
65. Мошкало, И.Г. Проблемы защиты прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / И.Г. Мошкало // Приднепровский научный вестник. - 2018. - № 1. - С. 6-8. [↑](#footnote-ref-65)
66. Абдурахманов, Р.Р. Защита прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров / Р.Р. Абдурахманов // [NovaUm.Ru.](https://elibrary.ru/contents.asp?id=34474331) - 2017. - [№6.](https://elibrary.ru/contents.asp?id=34474331&selid=29044600) - С. 213-215. [↑](#footnote-ref-66)
67. Архипов, В.В. Проблемы правового регулирования оборота товаров в сети Интернет: от дистанционной торговли до виртуальной собственности / В.В. Архипов. - М.: Закон, 2014. -

    С.120-143. [↑](#footnote-ref-67)
68. Тимаков, А. Интернет-торговля: ограничения и запреты / А. Тимаков // ЭЖ-Юрист. - 2016. - № 17-18. - С. 11. [↑](#footnote-ref-68)