

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Юридический
институт
Гражданского права
кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

_____ Н. Ф. Качур

Подпись, инициалы, фамилия

«_____» _____ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

40.03.01 – Юриспруденция

Защита прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом

Научный руководитель	_____	ст. преподаватель	Ю.Ц.Машарова
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия
Выпускник	_____		Д.М. Урбан
	подпись, дата		инициалы, фамилия
Консультант	_____	доцент, к.ю.н.	Н.Ф. Качур
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия

Красноярск 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. Продажа товаров дистанционным способом как форма розничной купли-продажи.....	7
1.1 Становление и развитие продажи товаров дистанционным способом в России.....	7
1.2 Понятие и особенности правового регулирования купли-продажи дистанционным способом.....	11
1.3 Договор розничной купли-продажи как основание для приобретения товаров дистанционным способом.....	18
1.4 Механизм заключения, изменения и расторжения договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом.....	26
2. Права потребителей при заключении договора купли-продажи дистанционным способом.....	38
2.1 Основные права потребителей при продаже товаров дистанционным способом.....	38
2.2 Обмен и возврат товаров, приобретенных дистанционным способом.....	45
2.3 Система правовых требований и ограничений при осуществлении дистанционной продажи товаров.....	50
3. Обеспечение защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом.....	57
3.1 Нарушения прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров.....	57
3.2 Способы и формы защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров.....	62
3.3 Гражданско-правовая ответственность за нарушение прав потребителей в сфере дистанционной продажи товаров.....	68
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	75
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	80

ВВЕДЕНИЕ

Дистанционный способ продажи товаров, в том числе и электронная торговля, является относительно новым институтом гражданского права и находится на стадии активного формирования правовой базы. Нельзя недооценивать данный способ продажи товаров на законодательном уровне, так как на данный момент все больше потребителей предпочитает совершать покупки посредством сети Интернет на различных электронных площадках. Но в то же время дистанционный способ продажи вызывает множество вопросов как у законодателя, так и у потребителя. Это связано прежде всего с тем, что на сегодняшний день существующая правовая база дистанционной купли-продажи характеризуется неопределенностью, в том числе пробелами в законодательстве, что влечет возникновение трудностей в регулировании отношений субъектов договора купли-продажи, ведь традиционно считается, что продавец является наиболее сильной стороной договора, а покупатель более слабой.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в настоящее время все большее количество людей предпочитает дистанционный способ приобретения товаров, который исключает традиционное непосредственное ознакомление потребителя с товаром. Прежде всего это можно объяснить тем, что потребитель осуществляет более удобный поиск необходимых товаров и приобретает их по низким ценам, кроме того, доставка товаров производится вне зависимости от географического нахождения покупателя. В свою очередь, распространение данной формы розничной продажи товаров вызвано во многом стремительным развитием сети Интернет, где любой желающий имеет возможность заказать товары на дом, в то время, как сам продавец, предоставляющий их, может находиться даже в другой стране. Путем использования новых информационных технологий у потребителя имеются достаточно широкие возможности для приобретения всех необходимых товаров, в том числе идеальным инструментом для совершения покупок выступают интернет-магазины.

С точки зрения законодателя, в России довольно низкий уровень продажи товаров дистанционным способом, по сравнению с западными странами, в которых дистанционная торговля не уступает место розничной. В связи с тем, что число потребителей, желающих приобретать товары именно дистанционным способом, стремительно растет, возникает необходимость в подробной правовой регламентации данного способа приобретения товаров с целью внедрения его в повседневную жизнь каждого потребителя для комфортного совершения покупок для личного и семейного пользования.

Приоритетность поддержки данной сферы подчеркивается на законодательном уровне. Так, Указом Президента РФ от 09 мая 2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017- 2030 годы»¹ обеспечение создания российской платежной и логистической инфраструктуры Интернет-торговли, а также проведение мероприятий по защите прав российских потребителей при продаже товаров с использованием сети Интернет включены в число мер, необходимых в процессе реализации национальных интересов в области цифровой экономики (п. 43 Указа).

Дистанционный способ продажи в настоящее время является наиболее актуальным. Но в то же время данный способ продажи товаров не всегда является удобным. При приобретении и последующей реализации товаров дистанционным способом могут возникнуть спорные, требующие решения вопросы и проблемы. Ожидание приобретаемого товара не соответствует действительности – вот главная проблема, с которой может столкнуться сегодняшний покупатель в сети Интернет, поскольку оценить свойства и качество товара на расстоянии невозможно.

Принимая во внимание общемировую тенденцию глобализации рынков и роста интереса отечественных покупателей к зарубежным интернет-магазинам, можно предположить, что такое регулирование должно быть максимально универсальным – понятным и эффективным для любого участника торговых

¹ О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы: Указ Президента РФ от 09.05.2017. № 203. // СЗ РФ. 2017. № 20.

отношений. Между тем, несмотря на существенные темпы развития бизнеса в Интернете, конкретного закона, который бы регламентировал Интернет-торговлю в России, нет. Изменения, вносимые в нормативные правовые акты, регулирующие отношения, возникающие в сфере дистанционной торговли товарами, а именно при продаже товаров дистанционным способом, не обеспечивают своевременного реагирования на проблемы, существующие в исследуемой сфере. Вышеизложенное позволяет сделать вывод, что всестороннее изучение проблем защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом представляется весьма важным и актуальным на современном этапе.

Объектом исследования являются общественные отношения, которые возникают в связи с защитой прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом.

Предметом исследования являются источники правового регулирования дистанционного способа продажи товаров, а именно действующее в этой части законодательство РФ, специальная научная литература, а также судебная практика, сложившаяся в связи с защитой прав потребителей в РФ.

Целью работы является исследование проблем защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом на современном этапе.

Для достижения указанной цели были сформулированы следующие задачи:

- рассмотреть становление и развитие продажи товаров дистанционным способом в России;
- раскрыть понятие и выявить особенности правового регулирования дистанционной торговли товарами;
- изучить специфику договора розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли;
- определить основные права, которыми обладает потребитель при продаже товаров дистанционным способом;
- исследовать систему правовых требований и ограничений при осуществлении продажи товаров дистанционным способом;

– рассмотреть виды нарушений прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров;

– проанализировать порядок привлечения к гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителей в сфере дистанционной продажи товаров.

Теоретическую основу выпускной квалификационной работы составили труды таких авторов, как М.И. Брагинский, В.В. Витрянский, О.А. Кобелев, Г.Р. Гафарова, А.О. Белова, А.Н. Тарасенкова, И.В. Фролов, А.Е. Шерстобитов, А.М. Эрделевский и другие.

Нормативную базу настоящей работы составили Гражданский кодекс Российской Федерации, Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» и иные нормативные правовые акты, регулирующие объект исследования.

Методологическая основа работы заключается в использовании общих и частных методов научного познания, таких как диалектический, формально-логический, аналитический, сравнительно-правовой, системный, и иные методы научного познания.

Структуру работы определили поставленные цели и задачи. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, обосновывающего актуальность, определяющего цель и основные задачи исследования. Основная часть работы состоит из трех глав, в которых последовательно раскрывается исследуемая тема. В заключении сформулированы общие выводы к настоящей работе. К работе прилагается список использованных в ходе исследования нормативных источников и литературы.

1. Продажа товаров дистанционным способом как форма розничной купли-продажи

1.1 Становление и развитие продажи товаров дистанционным способом в России

В имущественном обороте России продажа товаров дистанционным способом в привычном понимании появилась относительно недавно. Между тем, говорить об отсутствии опыта правового регулирования продажи товаров дистанционным способом в России и других странах было бы неверно.

Дистанционный способ продажи стремительно развивался в мире в течение XIX века. Еще в XIX веке сформировалась практика заключения договоров путем обмена письмами, а к концу XIX в. – началу XX в. сделки, заключенные дистанционно, приобрели массовый характер в развитых странах. В России, в том виде в котором мы привыкли видеть продажи дистанционным способом, получили должное развитие также в начале XX века. Были известны следующие способы продажи товаров: продажа по каталогам, по газетным объявлениям, телефону и телеграфу², все это – первый опыт дистанционных продаж различного рода товаров. В нашей стране рецепция торговой практики США и ряда западных стран окончательно закрепила в имущественном обороте данный вид продаж.

В Российской империи к началу 20-ых годов XIX века, набирал популярность среди потребителей каталожный вид торговли. Суть его заключалась в том, что покупатель заказывал товар по каталогу, а получал его в виде почтовой посылки. Например, в 1913 г. каждый третий житель Российской империи систематически приобретал товары по почте. В это время более 300 компаний занимались дистанционной торговлей. Развитие почты, рост числа продаж с помощью каталога дал предпосылки к новому виду доставки – к концу 20-ых годов некоторые компании предлагали курьерскую доставку на дом.

² Хисматуллин О.Ю. Развитие правового регулирования продажи товаров дистанционным способом в России // Аграрная наука в инновационном развитии АПК: материалы международной научно-практической конференции в рамках XXVI Международной специализированной выставки «Агрокомплекс-2016». Часть III. Уфа: Башкирский ГАУ, 2016. С.388.

Родиной теле-торговли по праву можно считать США, предпосылками этому являлось развитие современных технологий и телевидения. Формат данных продаж базируется на создании эффекта срочности заказа и предоставления скидки на товар. Особенность данного вида торговли заключается в демонстрации основных потребительских свойств товара через телевизор. От традиционной телевизионной рекламы телепродажи отличаются длительностью телеэфиров, их ведущие предстают в роли продавцов-консультантов. Легкость оформления заказа и большие скидки, предложения доставить товар в этот же день курьерской службой или по почте – отличительные черты «продаж через телевизор» помогли закрепить за собой долю имущественного оборота.³

С развитием информационных технологий продажа товаров дистанционным способом все больше осуществляется через Интернет. Открытая сеть Интернет становится доступной для гражданского пользования с 1992 г.

В настоящее время сайты работают по модели Интернет-торговли, разработанной компанией Amazon, которая предполагает размещение в сети Интернет гигантских каталогов продукции, в которых потребитель выбирает необходимый товар⁴. Выделяют следующие этапы развития Интернет-торговли в России:

- зарождение, этап, относящийся к периоду с 1998 по 2000 г. и характеризующийся значительным увеличением количества интернет-магазинов, что объясняется притоком инвестиций, появлением возможности выхода в сеть;
- 2001-2007 гг. – развитие интернет-технологий, способствующее становлению Интернет-торговли;
- 2007-2011 гг. – глобальный финансовый кризис, который привел к снижению темпов развития Интернет-торговли и поиску новых способов решения с точки зрения инвестирования и получения результата;

³ Кобелев О.А., Электронная коммерция: учебное пособие / под ред. Пирогова С.В. Москва, 2017. С.15.

⁴ Калиева О.М., Орехова А.Ю. История и основные тенденции развития Интернет-торговли // Промышленность: новые экономические реалии и перспективы развития сборник статей I Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием): в 2-х частях. Оренбург: Агентство Пресса, 2017. С. 191.

– с 2011 г. по настоящее время – становление цифровизации как этапа развития экономики, который характеризуется стремительными темпами, ростом высоких технологий, появлением вида товарно-денежных отношений на мировом уровне. Также, существенное влияние оказало распространение мобильных телефонов и смартфонов, что дало возможности выхода в сеть, а также широкое распространение международных платежных систем⁵.

Анализ современного состояния продажи товаров дистанционным способом в России позволяет подчеркнуть факт все большего использования Интернета. Таким образом, Интернет-торговля практически вытеснила другие виды дистанционной торговли. В настоящее время Интернет-торговля является быстро развивающейся сферой, дающей выбор и разнообразие товаров для покупателей и возможность предпринимателям реализовать продажу своего товара, но в то же время она слабо регулируется законами, что порождает разногласия между покупателями и интернет-продавцами и требует новых мер со стороны государства.

Электронная торговля в сети Интернет, как было отмечено выше, динамично развивается, потребителям предоставлен широкий выбор различных товаров по потребностям и интересам, в том числе, интернет-магазины предлагают различные способы оплаты, доставки, функциональности сайта и даже разработку мобильных приложений, что облегчает потребителям совершение покупок, не выходя из дома⁶.

Однако, несмотря на ряд преимуществ розничной продажи товаров в сети Интернет, стоит обратить внимание на недостатки и недоработки данного способа продажи товаров. Преимущественной проблемой является страх потребителя быть обманутым, а также боязнь мошенничества с платежными средствами и использованием персональных данных при оформлении интернет-покупок.

⁵ Телятникова Т.В., Шевченко Н.В. Эволюция Интернет-торговли в России // Социально-экономические проблемы и перспективы развития трудовых отношений в инновационной экономике: Материалы Международной научно-практической конференции. Омск: Омский государственный технический университет, 2019. С. 111.

⁶ Глушенкова Е.Б., Инновации в сфере Интернет-торговли и эффективность их применения в деятельности интернет-магазинов // Синергия Наук, 2017. № 12. С. 97.

Возможно, это обусловлено тем, что зачастую невозможно получить полную и достоверную информацию о продавце, и, что немаловажно, отсутствием отдельных нормативно-правовых актов, регулирующих Интернет-торговлю⁷.

Основными нормативно-правовыми актами, которые регулируют дистанционный способ продажи товаров на территории Российской Федерации, являются: Закон «О защите прав потребителей» (ст. 26.1 «Дистанционный способ продажи товара»)⁸, Постановление Правительства РФ «Правила продажи товаров дистанционным способом»⁹, а также дистанционная продажа товара определена в Гражданском Кодексе РФ (ст.497 «Продажа товара по образцам и дистанционный способ продажи»)¹⁰.

В России около 25% онлайн покупок совершается на зарубежных сайтах, таких как AliExpress, Amazon и т.д. Но нормативные акты, которые приняты в этой части на территории РФ, не в праве регламентировать эти сделки, так как зарубежные интернет-магазины находятся вне правовой зоны юрисдикции Российской Федерации. До настоящего времени отсутствует универсальный международный договор об электронной торговле¹¹.

Таким образом, несмотря на прогрессирующее развитие Интернет-площадок для торговли, действующее законодательство не регулирует заключение договоров, контрактов, сделок в Интернет-пространстве. Недостатки в действующем законодательстве оказывают негативное влияние на электронную коммерцию в части уклонения от уплаты налогов некоторых компаний, ввоза контрафактной продукции и обмана клиентов. В связи с этим возникает серьезная

⁷ Юркова Т.М. Некоторые проблемы развития Интернет-торговли в России // Труды международного симпозиума Надежность и качество, 2007. Т. 2. С. 220.

⁸ О защите прав потребителей: Федеральный Закон от 7.02.1992 № 2300-1-ФЗ (ред. от 24.04.2020) [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс.

⁹ Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом: Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 (ред. от 30.11.2019) // СЗ РФ. 2007. № 41.

¹⁰ Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая: Федеральный закон от 26.01. 1996 №14-ФЗ (ред. от 18.03.2019) // СЗ РФ. 1996. № 5. Ст. 497.

¹¹ Доля А.А., Одинцова Т.М. Интернет-торговля: вопросы действующего законодательства и комплекс интернет-маркетинга // Актуальные вопросы учета и управления в условиях информационной экономики, 2019. № 1. С. 263.

необходимость принятия законодательных мер по обеспечению защиты прав и законных интересов потребителей, а также продавцов в сети Интернет.

1.2 Понятие и особенности правового регулирования купли-продажи дистанционным способом

Определение «дистанционная торговля» содержится в ряде нормативно-правовых актов. Их детальный анализ показал, что между актами имеются отличия именно в формулировке этого понятия. Так, в ГК РФ, в Законе РФ «О защите прав потребителей» и в Федеральном законе «О рекламе» говорится именно о дистанционном способе продажи товара, в Постановлении Правительства РФ от «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» обозначена продажа товаров дистанционным способом, а Закон о торговле причисляет ее к формам розничной торговли товарами, при которой потребитель не имеет возможности непосредственно ознакомиться с товаром или его образцом до момента получения товара.

Рассмотрение указанных нормативно-правовых актов и их детальный анализ позволяют сделать вывод о том, что расхождение в названии исследуемого явления вызвано взглядом законодателя на дистанционную торговлю не как на отдельный вид договора розничной купли-продажи, а признание ее лишь в качестве особого способа продажи товаров. Это явно прослеживается в определении, которое дано в ч. 3 п. 2 Правил продажи товаров дистанционным способом.

Согласно п. 2 Постановления Правительства РФ от 27 сентября 2007 г. № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом»¹² (далее – Правила), под продажей товаров дистанционным способом понимается продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на

¹² Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом: Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 (ред. от 30.11.2019) // СЗ РФ. 2007. № 41.

основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе сети Интернет, а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

Основными организационными характеристиками дистанционного способа продажи являются:

- 1) информация о товаре может быть предоставлена потребителю посредством каталогов, буклетов, проспектов, фотоснимков, средств связи (почтовой, радиосвязи, телевизионной и т.д.);
- 2) договор купли-продажи дистанционным способом будет считаться заключенным с момента получения лицом, направившим оферту, её акцепта или с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека;
- 3) потребитель не может ознакомиться с товаром либо образцом товара, непосредственно осмотреть и проверить его, каким-либо образом его физически осязать;

Научная литература, касающаяся исследования дистанционной торговли, знает несколько подходов, согласно которым дистанционный способ продажи товаров является «одной из форм внемагазинной розничной продажи товаров путем их рассылки и доставки по индивидуальным заказам покупателей по указанным ими адресам»¹³. Такого мнения придерживаются В. В. Шелихов и О. О. Громова.

Так, Е.В. Авдейчикова в своей научной работе указывает, что дистанционный способ продажи товаров представляет собой: «сферу торговой деятельности, при которой продавец непосредственно не вступает в контакт с

¹³ Шелихов В.В., Громова О.О. Дистанционная торговля в России: история, развитие, статистика. // М., 2011. С. 104-105.

покупателем при заключении договора купли-продажи и выборе товара, а процесс продажи осуществляется посредством дистанционных способов реализации: интернет-магазина; почтовых каталогов; телемагазина, торговых автоматов и прочее»¹⁴.

Более полное понятие дистанционной купли-продажи установлено в преамбуле Европейской Конвенции о международной и дистанционной почтовой торговле от 27.03.2002 года: «коммерческая деятельность, называемая «почтовой торговлей» и/или «дистанционной торговлей» подразумевает различные маркетинговые методы, которые, начиная от инициирования коммерческого предложения компании потребителю и заканчивая выполнением заказа, сделанного потребителем, осуществляются посредством широкого ряда (интерактивных) способов коммуникации и распространения информации дистанционно, от письменного документа до использования самых передовых коммуникационных технологий»¹⁵.

В определении понятия, закрепленного Конвенцией о международной и дистанционной почтовой торговле, установлены все способы ознакомления покупателя с товаром, путем интерактивных коммуникаций и коммерческих предложений, осуществляемых с помощью электронной почты, через интернет-сайты, телевидение, мобильные коммуникации или с использованием любых других интерактивных способов общения.

Из международного определения следует, что дистанционная торговля – это любая торговля, осуществление которой происходит не в стационарных местах торговли, при условии, что у потребителя нет возможности ознакомиться ни с самим товаром, ни с образцом товара до его получения.

Сравнив международное определение дистанционной торговли, с определением, закрепленным в российском законодательстве, можно сделать

¹⁴ Авдейчикова Е.В. Анализ понятия «удаленная торговля» и ее особенности // Сибирский торгово-экономический журнал. 2013. № 1.С. 104-109.

¹⁵ Европейская конвенция о Международной почтовой и дистанционной торговле: Текст Конвенции разработан и одобрен правлением Европейской Ассоциации Дистанционной и Почтовой Торговли ЕМОТА на Ежегодном Общем Собрании членов Ассоциации от 27.03.2002, Париж. // Режим доступа: <http://www.emota.ru>

вывод, что определение понятия продажи товаров дистанционным способом в Правилах продажи дистанционным способом необходимо дополнить, указав конкретные способы ознакомления покупателя с товаром. Также в рассмотренных определениях можно выделить характерный признак дистанционной торговли – до получения товара покупатель не имеет возможности его никак осязать или проверять на соответствие заявленному образцу. Единственное, что представляется возможным потребителю — это увидеть его на фото и\или ознакомиться с его описанием в каталоге, на Интернет-сайте, и пр. При дистанционной торговле всегда есть дистанция между продавцом и покупателем. Данный признак выступает системообразующим в данном виде торговли.

Систему понятий в области торговли образует Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 51303-2013. Так, согласно ему, термин Интернет-торговля состоит в указании сети Интернет как средства информирования покупателя о приобретаемом им товаре, способе оплаты и доставки, а также как средства взаимодействия (общения) между покупателем и продавцом¹⁶.

В исследуемых правовых нормах и содержащихся в них определениях можно заметить, что в них используются различные формулировки: дистанционный способ продажи, продажа товаров дистанционным способом, дистанционная торговля, но вместе с тем, толкование данных понятий дается схожим образом – через указание на способ заключения договора при осуществлении такой торговли.

Правовое регулирование продажи товара дистанционным способом в России в настоящее время регламентировано ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей»¹⁷ (далее – Закон о защите прав потребителей), ст. 497 Гражданского кодекса РФ¹⁸, ст. 8 Федерального закона «О рекламе»¹⁹,

¹⁶ ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения: утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 № 582-ст (ред. от 29.03.2016). Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

¹⁷ О защите прав потребителей: Федеральный Закон от 7.02.1992 № 2300-1-ФЗ (ред. от 24.04.2020) [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс.

¹⁸ Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая: Федеральный закон от 26.01.1996 №14-ФЗ (ред. от 18.03.2019) // СЗ РФ, 1996. № 5. Ст. 410.

¹⁹ О рекламе: Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ (ред. от 02.08.2019) // СЗ РФ. 2006. № 12. Ст. 8.

Постановлением Правительства РФ от 27 сентября 2007 г. № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» (далее – Правила). Некоторые вопросы также разъясняются потребителям Письмами от Роспотребнадзора²⁰.

Данные Правила являются основным специальным нормативным правовым актом в рассматриваемой сфере: устанавливают порядок продажи товаров дистанционным способом, регулируют отношения между покупателем и продавцом при продаже товаров дистанционным способом и оказание услуг в связи с такой продажей.

Следует отметить, что Правила не применяются в отношении: работ (услуг), за исключением работ (услуг), выполняемых (оказываемых) продавцом в связи с продажей товаров дистанционным способом; продажи товаров с использованием автоматов; договоров купли-продажи, заключенных на торгах. Вышеуказанные ограничения являются вполне логичными, потому как продажа товаров дистанционным способом предполагает отсутствие личного контакта продавца и покупателя. При оказании услуг, за исключением работ или услуг, оказываемых продавцом в связи с реализацией товаров дистанционным способом, такой контакт существует.

В зависимости от вида товара, реализуемого посредством дистанционной торговли, к возникающим отношениям могут применяться нормы различных нормативных правовых актов, например, ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях»²¹, ФЗ «Об обращении лекарственных средств»²² и другие законодательные акты, имеющие специальную сферу применения.

Однако, даже с учетом достаточно большого количества нормативных актов, направленных на регулирование отношений, складывающихся в процессе

²⁰ О пресечении правонарушений при дистанционном способе продажи товара: Письмо Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека от 8.04.2005 № 0100/2569-05-32 // Журнал Документы и комментарии, 2005. №2.

²¹ О драгоценных металлах и драгоценных камнях: Федеральный закон от 26.03.1998 №41-ФЗ (ред. от 02.12.2019) // СЗ РФ. 1998. № 13.

²² Об обращении лекарственных средств: Федеральный закон от 12.04.2010 № 61-ФЗ (ред. от 03.04.2020) // СЗ РФ. 2010. № 16.

осуществления субъектами дистанционной торговли, нет четкого упорядочивания всего многообразия отношений между потребителем и покупателем. Это касается, например, платежей с помощью банковских карт при покупке товара дистанционным способом, то есть, электронная коммерция нуждается в более подробной регламентации, так как потребитель очень часто сталкивается с трудностями при оплате товара, потому что его беспокоит защита персональных данных и сведений, которые становятся доступны продавцу.

Важную позицию в вопросах правового регулирования дистанционной торговли товарами занимают законодательные акты, устанавливающие ответственность за нарушение требований к дистанционной торговле. Так, в соответствии со статьей 14.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП) продавец несет ответственность за несоблюдение требований к информации о продавце либо иной информации и это влечет для продавца административную ответственность. Между тем, данный вопрос выходит за рамки темы исследования.

Итак, в настоящее время сложилась достаточно развитая система нормативных правовых актов, регулирующих отношения, связанные с куплей-продажей товаров дистанционным способом. Однако, до настоящего времени проблемы правового регулирования в рассматриваемой сфере не решены, так, например, Правилами не урегулированы случаи приобретения товаров в кредит. Также следует отметить отсутствие конкретного закона, полно и всесторонне регламентирующего вопросы продажи товаров дистанционным способом.

При этом, стоит сказать, что в сфере продаж дистанционным способом стала очевидной проблема неурегулированной деятельности так называемых агрегаторов и маркетплейсов, то есть субъектов предпринимательской деятельности, которые, формально не являясь реальными продавцами товаров или исполнителями услуг, выступают в качестве непосредственных получателей денежных средств от потребителей в счет оплаты тех товаров, информация о которых в значительных масштабах (объемах) аккумулируется агрегаторами на

своих ресурсах (сайтах в сети Интернет)²³. Иными словами, агрегатор — это платформа, с единым пользовательским интерфейсом, которая позволяет потребителям удобно выбирать, сравнивать товары одновременно из большого перечня конечных поставщиков (каталогов). Здесь потребитель может не только выбирать, изучать различные марки, бренды многочисленных представленных товаров, но и так же получать информацию о состоянии доставки товара. В качестве примера можно привести один из крупнейших интернет-магазинов, который является также электронной площадкой (агрегатором), где различные интернет-продавцы осуществляют деятельность по продаже одежды, детских товаров, товаров для дома и др., — это Wildberries²⁴. Помимо Российской Федерации, также работает в Белоруссии, Казахстане, Армении, а в январе 2020 года компания активно начала работать на рынке ЕС, открыв продажи в Польше. Это еще раз подтверждает стремительный рост интереса потребителей к дистанционному способу продажи товаров.

Агрегатор является в основном посредником между производителем (продавцом) товаров и потребителем, связывающим стороны договора через Интернет с использованием мобильного приложения. Однако, в России нормативно-правового регулирования деятельности торговых агрегаторов нет. Также, не регламентируется ответственность агрегатора перед конечным покупателем за недостатки товара или услуги продавца из «глобального каталога»²⁵.

Какие-либо договорные отношения здесь не предусмотрены, задача агрегаторов – оказать содействие потребителю в виде размещения информации о товаре. Данный вопрос тоже является проблемным, потому что отсутствие правовой определенности в этой части порождает недоверие к дистанционному способу продажи товаров среди потребителей.

²³ Иванов Ф.Д., Дуболазов В.А. Правовые и организационно-экономические проблемы агрегаторов // Материалы научной конференции с международным участием. 2019. С. 221-224.

²⁴ Wildberries – международный Интернет-магазин [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.wildberries.ru>

²⁵ Клечиков А.В. Торговые агрегаторы и развитие цифровой экономики в России: нормативные и институциональные проблемы // International Journal of Open Information Technologies. 2018. № 5. С. 33-38.

Исходя из анализа понятия «дистанционный способ продажи», закрепленного в Правилах, следует, что для признания продажи товаров дистанционным способом необходимо соблюдение следующих условий:

- 1) выбор покупателя был сделан путем ознакомления с предложенным продавцом описанием товара;
- 2) потребитель не имел возможности ознакомиться с товаром или его образцом при заключении договора купли-продажи.

Поэтому, на данный момент, можно сделать вывод, что в российском законодательстве достаточно слабо и неоднозначно регулируется дистанционный способ продажи товаров. Определение «дистанционный способ продажи» не совсем однозначно и нуждается в более подробной регламентации с разъяснением для того, чтобы избежать правовой неопределенности при покупке потребителями товаров для личных, семейных и бытовых нужд. Это важно потому, что цель торговли любыми товарами – это, прежде всего, удовлетворение потребностей потребителя, и он, как более слабая сторона договора, должен быть защищен. Потребителю необходимо быть уверенным в том, что в случае обнаружения каких-либо недостатков товара он без всяких проблем и затруднений сможет разрешить спор с продавцом, но, разумеется, при наличии грамотно сформированной правовой базы.

1.3 Договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли как основание для приобретения товаров дистанционным способом

Договор купли-продажи является одним из самых распространенных договоров гражданского оборота в современном обществе, и на сегодняшний день он – основа гражданско-правовой формы обслуживания граждан, и имеет достаточно высокий уровень правового регулирования. На данный момент большой популярностью среди потребителей пользуется договор купли-продажи, заключаемый дистанционным способом.

Как и в обычной, стационарной торговле, здесь складываются отношения между потребителем - физическим лицом, приобретающим товары для личных целей (семейного, домашнего или иного использования), не связанных с предпринимательской деятельностью, а на стороне продавца выступают юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие розничную куплю-продажу дистанционным способом. Но отличительной особенностью в субъектном составе договора купли-продажи, заключаемого дистанционным способом, является, то, что, как правило, от имени продавца выступает посредник. Его правовой статус в российском законодательстве не определен. Посредниками выступают торговые площадки в сети Интернет, на которых потребитель может выбирать, сравнивать товары.

Продавцу необходимо в установленном законом порядке получить свидетельство о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя или юридического лица. Это является обязательным условием для начала торговли товарами.

Договоры, которые заключаются дистанционным способом, являются разновидностью договоров розничной купли-продажи. Действующее законодательство РФ в настоящее время не содержит легального определения договора дистанционной купли-продажи. Поэтому, представляется возможным сформулировать следующее определение договора дистанционной купли-продажи товаров – это разновидность договора розничной купли-продажи, который заключается на основании ознакомления покупателя с описанием товара, предложенным продавцом, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, посредством трансляции на телеканалах или радиоканалах, а также через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо его образцом при заключении такого договора.

Данный способ продажи товаров отличает то, что потребитель не может в полной мере ознакомиться с товаром или с его образцом до момента получения

товара. Непосредственное ознакомление с товаром осуществляется с помощью средств коммуникации (сети Интернет, телевидение, каталоги, рекламные объявления, аудио, видео, текст, почтовые рассылки, телефон и иные способы коммуникации). Предложения о товаре поступают путём оферты в каталогах, средствами связи (например, почтовым отправлением) и т.д.

Гражданский кодекс РФ, формулируя нормы о дистанционном способе приобретения товара и определяя место этого договора в системе иных договоров розничной купли-продажи, поместил правила о нем в статью 497, посвященную купле-продаже товаров по образцам. В соответствии с п. 2 Постановления Правительства РФ от 21.07.1997 N 918 «Правила продажи товаров по образцам», это продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенными продавцом образцами товаров или их описаниями, содержащимися в каталогах, проспектах, буклетах, представленными в фотографиях и других информационных материалах, а также в рекламных объявлениях о продаже товаров²⁶. По сути, излагая данное определение, законодатель минимизирует отличия договора продажи по образцам и дистанционным способом.

Без проведения теоретического исследования не совсем ясна позиция законодателя: рассматривает ли законодатель этот договор как вид договора купли-продажи по образцам, или как вид договора розничной купли-продажи?

Исходя из формулировки понятий, приведенных в Правилах продажи товаров дистанционным способом и в Правилах продажи товаров по образцам, а также в Гражданском кодексе, можно сделать вывод, что при продаже товаров по образцам заключение договора розничной купли-продажи происходит на основании ознакомления покупателя с образцом товара, предложенным продавцом и выставленным в месте продажи товаров. Тогда как в дистанционной продаже ключевым моментом является как раз такой способ ознакомления с

²⁶ Правила продажи товаров по образцам: Постановление Правительства РФ от 21.07.1997 № 918 (ред. от 04.10.2012) // СЗ РФ. 1997. № 30.

товаром, который исключает непосредственный осмотр потребителем товара или его образца. Но это не единственное различие данных договоров.

Так, при дистанционном способе продажи товаров, как правило, но не всегда, предметом договора становятся вещи незначительного веса и размера. Это происходит по необходимости пересылки товаров²⁷. Кроме того, осуществляя продажу товаров по образцам, продавец имеет возможность способствовать ознакомлению потребителя с демонстрируемыми образцами, тогда как в дистанционном способе продажи товаров, помощь продавца исключается из-за того, что вся нужная информация о товаре размещается в буклетах, представленных фотографиях и иных информационных материалах. Поэтому, перечисленные различия позволяют утверждать, что договор дистанционной купли-продажи является самостоятельным видом договора розничной купли-продажи, а не разновидностью договора купли-продажи по образцам.

Предпосылкой к заключению договора является оферта, которая всегда исходит от продавца. Информация о товаре, публикуемая на интернет-сайтах в обязательном порядке продавцом, признается публичной офертой, если отвечает требованиям ст. 494 ГК РФ и пункту 12 Правил продажи товаров дистанционным способом, в соответствии с этим, предложение товара в его описании, обращенное к неопределенному кругу лиц, признается публичной офертой, если оно достаточно определено и содержит все существенные условия договора. Оферта может быть направлена как конкретному лицу, так и неопределенному кругу лиц. Следует принять к сведению, что отсутствие каталогов, информации о товаре в средствах связи, включая, непосредственно Интернет, делает дистанционный способ продажи просто невозможным.

Как и в розничной торговле, при дистанционном способе продажи, буклеты, различные каталоги, средства связи, выступают в качестве «витрины» с образцами товара, ведь для продавцов это единственный способ донести информацию о реализуемом товаре с предложением его купить, в то время как при розничной

²⁷ Белова О.А. Сравнительный анализ договора продажи по образцам и дистанционной купли – продажи // сборник научных статей по итогам Национальной научно-практической конференции. 2019. С. 8-14.

торговле это является лишь способом рекламы для привлечения потенциальных покупателей²⁸.

Тем не менее, законодатель не запрещает продавцу отозвать оферту, но на практике, учитывая техническую составляющую этого вопроса, сделать это практически невозможно. Исключение здесь составляет торговля в сети Интернет, поскольку обмен информации происходит в режиме реального времени.

Существенными условиями договора дистанционной купли-продажи являются условия о предмете договора, а также цена. В пунктах 8,9 Правил продажи товаров дистанционным способом указано, что продавец обязан до заключения договора и в момент доставки предоставлять покупателю информацию о цене товара.

Особенность, которая отличает договор дистанционной купли-продажи от договора розничной купли-продажи - предмет договора. Условие о предмете договора относится к существенным условиям договора (п.1 ст.432 Гражданского кодекса РФ (далее – ГК РФ)), поскольку в нем индивидуализируется предмет исполнения и определяется характер договора. Так как договор дистанционной купли-продажи является разновидностью розничной купли-продажи, на него распространяются общие положения о предмете договора розничной купли-продажи. Обязательным условием является использование товаров для домашнего семейного использования, которые находятся в свободном обороте и не связаны с осуществлением предпринимательской деятельности. Покупателю дается возможность самостоятельно определить количество приобретаемого товара в бланке заказа. В данном случае опять же не следует забывать, что договор не предполагает закупку товара в большом количестве, следует учитывать личный характер потребления товара.

Однако, в отличие от договора розничной купли-продажи, предмет дистанционной розничной торговли значительно уже. Так, запрещено продавать алкогольную и табачную продукцию дистанционным способом, а также товары,

²⁸ Толоков С.А. Особенности договора купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом // Материалы 6-ой международной научной студенческой конференции. Тула, 2019. С. 507-518.

свободный оборот которых запрещается или ограничивается законодательством Российской Федерации. К примеру, для розничной торговли оружием необходимо получить специальное разрешение, дистанционная продажа такого товара прямо запрещена законом.

Некоторые ученые в предмет торговли включают и действия сторон, и вещи²⁹. Представляется правильным рассматривать предмет договора розничной дистанционной купли-продажи, как он указан в законодательстве: товар. Условие о предмете договора считается согласованным, если определены наименование и количество товара.

Маслова А. выделяет следующие признаки предмета договора дистанционной торговли:

- 1) товар – продукция, свободно находящаяся в обороте;
- 2) товар не запрещен к дистанционной продаже;
- 3) товар приобретается для личного потребления, не связанного с осуществлением предпринимательской деятельности³⁰.

Таким образом, предметом договора купли-продажи дистанционным способом являются товары, свободно находящиеся в обороте, приобретаемые для личного потребления, не связанного с осуществлением предпринимательской деятельности, кроме таких товаров, реализация которых не допускается дистанционно в соответствии с законодательством Российской Федерации. Но, предмет договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом, имеет специфические особенности. Как было отмечено, табачная, алкогольная продукция, а также некоторые виды лекарственных средств, отпускаемых только по рецепту врача, предметом данного договора быть не могут в силу прямого указания закона. Вместе с тем, продажа продовольственных товаров дистанционным способом законом не ограничена, хотя вызывает неоднозначные точки зрения среди правоведов.

²⁹ Витрянский В.В. Договор купли-продажи и его отдельные виды // М.: Статут, 2001. С. 232-233.

³⁰ Маслова А. Проблема определения предмета дистанционной купли-продажи товаров // Юстиция. 2019. № 1. С. 38.

Понимается целесообразным лекарственные препараты и товары продовольственного назначения включить в список товаров, которые невозможно реализовать способом заключения договоров вне мест типичного ведения продаж – дистанционно. Это можно объяснить тем, что подобные товары считаются либо скоропортящимися, либо к требующими специальных условий хранения и связаны с жизнью и здоровьем граждан, по этой причине в отношении данных товаров должны предъявляться особые требования к качеству, а также к условиям доставки и хранению³¹.

По своей юридической природе, договор купли-продажи, заключенный дистанционным способом является:

1. Консенсуальным (признается заключенным с момента согласования существенных условий сторонами);
2. Возмездным (сторона должна получить плату за исполнение своих обязательств);
3. Двусторонне обязывающим (обе стороны имеют права и обязанности);
4. Публичным³².

Договоры купли-продажи, заключенные дистанционным способом, являются договорами присоединения, так как потребитель «присоединяется» к условиям договора и не может их изменить.

Важно, что при покупке товаров дистанционным способом на потребителя исключено всякое давление со стороны продавца, так как лицом к лицу стороны не встречаются, потребитель имеет возможность сравнить предложения иных продавцов и совершить наиболее выгодную для него покупку.

Договор розничной купли-продажи, заключенный дистанционным способом, считается исполненным с момента доставки товара в место, указанное в таком договоре, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами

³¹ Белова О.А. Правовая характеристика существенных условий договора дистанционной купли-продажи, определяющих его место в системе договоров купли-продажи // Вестник Волгоградского государственного университета, 2015. № 1. С. 112.

³² Борисов А. Б. Комментарий к Гражданскому кодексу РФ части первой, второй, третьей, четвертой. // М.: Книжный мир, 2016. 1088 с.

или договором. Если место передачи товара договором купли-продажи не определено, то договор считается исполненным с момента доставки товара по месту жительства покупателя³³. Данное условие при дистанционной торговле является немаловажным, так как в отличие от стационарной торговли, где услуга по доставке товара может предполагаться как дополнительная, в продаже товаров дистанционным способом доставка обязательна. Доставлен товар может быть в виде почтовых отправлений, а также курьерскими службами.

Определенные специфические особенности представляет и оплата товара по договору розничной купли продажи, заключенному дистанционным способом. По общему правилу, покупатель должен оплатить товар по установленной продавцом цене (статья 500 ГК РФ). При покупке товара в сети Интернет, оплата происходит наличными деньгами при доставке курьером или посредством электронных или безналичных расчетов, в том числе, с использованием банковских карт и (или) иных установленных законом средств платежа, включая электронные средства платежа.

Однако, при всем удобстве для потребителя дистанционного способа продажи в судебной практике довольно часто встречаются следующие гражданско-правовые нарушения, связанные с исполнением продавцом договора розничной купли-продажи дистанционным способом, а именно:

1. отказ продавца от возврата товара;
2. доставка товара, отличающегося от заказанного товара;
3. задержка доставки товара или непредоставление товара совсем;
4. непредоставление необходимой информации о потребительских свойствах товара;
5. поставка некачественного товара;
6. увеличение цены товара при подтверждении заказа.

³³ Ермолина И.В., Геготаулина Л.А. Правовые проблемы заключения и исполнения договоров дистанционной купли-продажи // Наука и инновации – современные концепции: Сборник научных статей. Уфа, 2018. С. 151.

Для совершенствования законодательства, регулирующего дистанционные продажи в сети Интернет, необходимо детализировать информацию, которую следует предоставлять потребителю до заключения договора и в момент доставки товара, а также обязательно ввести норму, которая устанавливала бы, что такая информация должна быть выражена явно, в доступной форме и исключала бы заблуждение потребителя. В полной мере не урегулирован вопрос о несвоевременном исполнении продавцом договора, так как законодатель уделяет преимущественное внимание ответственности за продажу товаров ненадлежащего качества.

Итак, на основании изложенного можно выделить следующие особенности договора дистанционной купли-продажи:

- договор дистанционной купли-продажи является не самостоятельным договором, а разновидностью договора купли-продажи;
- отсутствие прямого контакта покупателя с товаром либо его образцом до и в момент заключения договора;
- список товаров, разрешенных к продаже дистанционным способом, нуждается в изменении и дополнении в части продажи товаров продовольственного назначения и лекарственных препаратов;
- доставка товара по рассматриваемому договору является неотъемлемой частью его исполнения;
- несмотря на популярность среди потребителей данного способа продажи товаров, имеются существенные нарушения, которые нуждаются в более детальном правовом регулировании;
- предмет договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом, нуждается в изменении;
- исследуемый договор заключается вне стационарных мест торговли, а именно – по месту нахождения покупателя.

1.4. Механизм заключения, изменения и расторжения договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом

В механизме заключения договора купли-продажи дистанционным способом можно выделить несколько этапов.

Как было отмечено ранее, на первом этапе потребитель знакомится с предложенным продавцом описанием товара, которое может содержаться в различного рода каталогах, фотоснимках, рекламных брошюрах, а также, средствах связи (Интернет, почтовые отправления и т.д.), при этом информация может быть представлена в звуковом, текстовом, графическом формате.

В соответствии со статьей 494 ГК РФ указанные действия по предложению товаров признаются публичной офертой, то есть предложением купить товар, сделанным неопределенному кругу лиц.

На основании определения, содержащегося в Правилах продажи товаров дистанционным способом, можно выделить такие признаки оферты купли-продажи в интернет-магазинах, как: опосредованное ознакомление с товаром; описание товара продавцом. Согласно п. 12 этого же Постановления «предложение товара в его описании, обращенное к неопределенному кругу лиц признается публичной офертой, а продавец обязан заключить договор с любым лицом, выразившим намерение приобрести товар, предложенный в его описании». Таким образом, любое предложение, которое содержит описание товара (предмет договора) и цену, будет являться публичной офертой по отношению к договору купли-продажи. Так, например, на одном из популярных среди потребителей сайте интернет-магазина [ozon.ru](https://www.ozon.ru)³⁴, после регистрации можно перейти к выбору товара, то есть перейти к рассмотрению оферты продавца. Выбирая, к примеру, раздел «электроника», можно увидеть примеры различных электронных приборов, их названия, и цену. Иногда покупателю бывает этого достаточно, чтобы положить товар в корзину, а дальше – оформить заказ.

³⁴ Ozon.ru – Интернет-магазин [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.ozon.ru>

Далее, на втором этапе заключения исследуемого договора, потребитель, изучив всю необходимую информацию о товаре, направляет продавцу свое согласие на покупку товара, то есть, акцепт. Согласно Гражданскому кодексу РФ акцептом признается «ответ лица, которому адресована оферта, о ее принятии. Акцепт должен быть полным и безоговорочным». Важно, чтобы покупатель указал все необходимые данные для того, чтобы продавец мог реализовать передачу товара, а также акцепт не должен быть анонимным³⁵. Если это заказ в интернет-магазине, продавец предлагает для оформления заказа заполнить электронную форму, а при покупке товара через каталог — это будет специальная печатная форма, которая располагается обычно на последней странице каталога. Если каталожная торговля производится через представителей, форма заказа формируется у представителя.

Таким образом, потребитель, оформляя на сайте интернет-магазина определенные формы и бланки, выражает согласие на заключение данного договора купли-продажи, а именно – акцепт. Так заключается преобладающее число дистанционных договоров. Следует учесть, что с момента заявления о согласии приобрести товар, а продавцом подтверждения заказа, цена или условия приобретения товара, указанные в договоре, изменены продавцом быть не могут. Если условия будут изменены, потребитель имеет право требовать заключения договора на первоначальных условиях, так как это правила публичного договора, заключенного на основании публичной оферты.

В науке не сложилось единое мнение по поводу определения формы договора продажи товаров дистанционным способом. Большинство цивилистов придерживаются мнения, что договор заключается в простой письменной форме, поскольку это подтверждают нормы Гражданского кодекса РФ о публичной оферте, об обязанности продавца предоставить информацию о товаре³⁶.

³⁵ Гущина Д.А. Правовые особенности заключения договора в электронной форме // Сборник статей II Международного научно-практического конкурса. В 2-х частях, 2017. С. 162-167.

³⁶ Чульчинова Т.С. Определение момента заключения договора продажи товаров дистанционным способом // Журнал Юридический факт. 2019. № 58. С. 14-16.

Также, одной из обязанностей продавца, закрепленной Правилами, является обязанность по обеспечению конфиденциальности персональных данных покупателя. Данная норма отражена в Федеральном законе «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 г. №149-ФЗ³⁷.

В этой связи возникает вопрос о соответствии перечня запрашиваемой информации целям обработки персональных данных, а также о том, насколько правомерно ставить регистрацию для совершения покупки под условие предоставления полного перечня запрашиваемых данных³⁸. В соответствии с п. 4 ст. 5 ФЗ от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» обработке подлежат только персональные данные, которые отвечают целям их обработки. Соответственно, запрашиваемые данные должны по объему и содержанию быть необходимыми для совершения договора купли-продажи в электронной форме.

В указанном законе к персональным данным относится информация, которая позволяет определить личность пользователя. То есть это фамилия, имя и отчество, дата и место рождения, адрес, паспортные данные, и т. д. При этом пароли к аккаунтам не являются персональными данными, так как не сообщают ничего о человеке³⁹. Исходя из этого, потребителям зачастую приходится сомневаться в совершении покупок дистанционным способом из-за того, что их персональные данные становятся известными, в то время, как например, при обычной розничной торговле, потребитель, контактируя непосредственно с продавцом, свои персональные данные сообщать не обязан. В то же время, согласно статье 9 Закона о персональных данных, применительно к рассматриваемой ситуации, обработка данных осуществляется только с согласия в письменной форме субъекта персональных данных. Разумеется, необходимо,

³⁷ Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ // СЗ РФ, 2006. №31.

³⁸ Ликовская В.В. Вопросы защиты персональных данных при осуществлении электронной торговли // материалы Третьей Международной научно-практической конференции. 2018. С. 257-261.

³⁹ Ефремов М.А., Калуцкий И.В., Таныгин М.О., Рудак И.И. Безопасность персональных данных, социальные сети и реклама в глобальной сети Интернет // Известия Юго-Западного государственного университета, 2017. Т. 7. № 1 (22). С. 27-33.

чтобы данные для их обработки были получены честным путем, с учетом требуемой конфиденциальности и специальными пожеланиями потребителей, а также храниться и использоваться персональные данные должны строго для обозначенной цели, в рамках действия организации-продавца.

Реализация данного положения в интернет-магазинах происходит посредством того, что потребитель выражает свое согласие на обработку персональных данных посредством «проставления галочки» напротив пункта о согласии на обработку персональных данных. Данное действие совершается зачастую, при регистрации и оформлении заказа на Интернет-сайте.

Момент заключения договора. В соответствии со ст. 493 ГК РФ, договор розничной купли-продажи будет считаться заключенным в момент выдачи продавцом кассового или товарного чека, иного документа покупателю. Относительно момента заключения договора розничной купли-продажи, заключенного дистанционным способом, в науке гражданского права ведутся дискуссии, касающиеся некоторых сложностей в определении момента заключения такого договора. Некоторые авторы утверждают, что им должен считаться момент получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар, в том числе в форме внесения покупателем аванса за приобретаемый товар⁴⁰. Например, Е.А. Суханов утверждает: «договор купли-продажи, заключенный дистанционным способом, это реальный договор, и должен считаться заключенным с момента передачи товара покупателю»⁴¹. Впрочем, данная позиция неверна, потому что данное правило не применяется к договору, который считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или иного документа, подтверждающего оплату товара.

А.М. Эрделевский в свою очередь подчеркивает, что договор дистанционной купли-продажи является по своей природе реальным,

⁴⁰ Абрамова Е.Н., Правовая защита потребителей в цифровом пространстве: комментарий некоторых положений закона о защите прав потребителей. // Журнал молодой ученый. 2018. С. 178-182.

⁴¹ Суханов Е. А., Гражданское право. Обязательственное право // 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Волтерс Клувер. – 2008. –

обосновывая это тем, что данное положение вытекает из содержания ст. 493 ГК РФ, поскольку в статье имеется ссылка на совпадение момента заключения договора розничной купли-продажи с моментом выдачи документа, подтверждающего оплату товара⁴².

Но все-таки в соответствии с Правилами, момент заключения договора купли-продажи дистанционным способом определяется двумя моментами:

- первый, п. 12 указывает на момент заключения публичного договора, то есть, с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар; покупатель должен передать продавцу информацию о своих контактных данных, включая адрес доставки, наименование товара, артикул, марку и др.;

- второй, п. 20 данных Правил момент заключения договора определен с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара.

При этом следует отметить, что законодатель, устанавливая различные моменты заключения договора, на первый взгляд, не отвечает принципу правовой определенности. Верховный Суд РФ дает разъяснение на этот вопрос⁴³: «положения правил о вступлении договора в силу с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар не противоречит приведенным положениям Гражданского кодекса РФ и направленно на усиление защиты прав и законных интересов потребителей».

Следовательно, абзац первый п. 20 Правил продажи товаров дистанционным способом не противоречит ст. 493 Гражданского кодекса РФ, а напротив, усиливает «защиту прав и законных интересов потребителей». В подтверждение разъяснению Верховного Суда РФ следует обратить внимание, что действительно, если кассовый или торговый чек, либо иной документ, подтверждающий оплату товара, не будет выдан покупателю при получении

⁴² Эрделевский А.М. О толковании закона // Правовой журнал, 2018. 15 С.

⁴³ Решение Верховного Суда РФ от 04.10.2011 «Об отказе в удовлетворении заявления о признании частично недействующими п. 5, 20 Правил продажи товаров дистанционным способом, утв. Пост. Правительства РФ от 27.09.2007 № 612. [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс.

товара, то, как следствие, договор можно будет признать незаключенным, вследствие чего покупатель потеряет возможность защиты своих прав и законных интересов.

Из этого можно заключить, что Правила продажи товаров дистанционным способом лишь подтверждают норму, установленную Гражданским кодексом РФ о моменте заключения договора в системе Интернет. Также, уместен вывод о том, что при заключении договора купли-продажи дистанционным способом момент заключения договора определяется моментом сообщения покупателем продавцу своего намерения приобрести товар и не ставится в прямую зависимость от момента оплаты товара или получения чека.

Третьим этапом в заключении договора дистанционным способом является обязанность покупателя оплатить товар. В соответствии со ст. 500 ГК РФ покупатель обязан оплатить товар по цене, объявленной продавцом в момент заключения договора розничной купли-продажи, если иное не предусмотрено законом. Потребитель может сделать предоплату части стоимости товара, или оплатить товар в момент получения. Но при этом, продавец самостоятельно устанавливает способы оплаты, которые, в первую очередь, удобны для него.

Так или иначе, во всех указанных случаях оплаты, продавец обязан указать подлежащую уплате денежную сумму. В случае ее невнесения покупателем, продавец имеет право товар не доставлять и считать это отказом покупателя от исполнения договора.

Оплата товара потребителем осуществляется посредством электронных или безналичных расчетов, в том числе с использованием банковских карт и (или) иных установленных законом средств платежа, включая электронные средства платежа. Факт покупки может быть подтвержден выпиской с банковского счета об авторизации и о совершении транзакции с указанием получателя платежа и т.п., а также иными документами, которые подтверждают перевод денежных средств⁴⁴.

⁴⁴ О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей: Постановление Пленума Верховного Суда РФ № 156 от 28.06.2012 г. № 17 // [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Российская газета». Режим доступа: <https://rg.ru>.

Все более популярным среди потребителей является способ оплаты, при котором используются различного рода платежные системы, такие как, например, Яндекс-Кошелек. Это вызвано удобством в оплате товаров, так как путем регистрации в системе, покупатель заключает так называемый договор об оказании услуг по приему платежей и получает персональный номер виртуального кошелька. С указанного момента покупатель приобретает право совершать денежные переводы с использованием выбранной платежной системы⁴⁵.

В том случае, если потребителем была внесена часть средств за товар, то есть предварительная оплата, он имеет право требовать возврата уплаченной суммы. Данное правило вытекает из положений ст. 395 ГК РФ, согласно которой, на сумму предварительной оплаты подлежат уплате проценты со дня, когда передача товаров по договору должна быть произведена, до дня передачи товара покупателю или возврата ему предварительно уплаченной суммы. Но сумма взысканной потребителем неустойки (пени) при этом не может превышать сумму предварительной оплаты товара.

После оплаты покупки в интернет-магазине, потребителю направляется электронный чек. В феврале 2017 года в Федеральный закон от 22.05.2013 г. «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации»⁴⁶ вступили в силу некоторые изменения, затрагивающие порядок взаимодействия бизнеса и Федеральной налоговой службы. Законом вводятся новые правила работы контрольно-кассовой техники, суть нововведений проявляется в том, что теперь о всех покупках налоговые органы (ФНС) уведомляются через специализированного Оператора фискальных данных, который собирает, хранит и передает информацию, поступающую от контрольно-кассовой техники. Данные установки касаются как продажи товаров в местах ведения стационарной торговли, так и при дистанционном способе продажи товаров.

⁴⁵ Щетинин А.М. К вопросу о некоторых особенностях гражданско-правового регулирования продажи товаров дистанционным способом // Наука и образование сегодня. 2016. № 7. С. 29-31.

⁴⁶ О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации: Федеральный закон от 22 мая 2003 № 54-ФЗ (последняя редакция) // СЗ РФ. № 12.

В ввиду законодательных изменений, существенно расширилось понятие кассового чека, обязанность по выдаче которого лежит на продавце. Закон уравнил бумажный и электронный чек. Итак, осуществляя продажу товаров в режиме реального времени, интернет-магазин при помощи кассового оборудования фиксирует платеж и направляет клиенту чек в электронном виде на абонентский номер через СМС или e-mail-сообщением на электронную почту. Министерство финансов РФ в этой части поясняет продавцам, что обязанность формировать чек не зависит от того, предоставил ли покупатель адрес электронной почты или абонентский номер для отправки чека⁴⁷. Данный электронный чек можно скачивать и сохранять в отдельном файле, это очень удобно, так как в случае, если потребуются вернуть или заменить товар, электронный чек или его распечатку продавец примет так же, как и бумажный. Немаловажным является и то, что благодаря электронному чеку, покупатель может удостовериться в легальности деятельности продавца.

На следующем этапе реализации правоотношений по продаже товара дистанционным способом, происходит формирование заказа. То есть, продавец подготавливает заказ к доставке.

Затем совершается непосредственно сама доставка товара покупателю. Каких-либо конкретных сроков по доставке товара потребителю законодательство не содержит. Если договором предусмотрена обязанность потребителя предварительно оплатить товар, то в таком случае договор должен содержать условие о сроке передачи товара потребителю (ст.23.1 «Закон о защите прав потребителей»).

Согласно Правилам, при продаже товаров дистанционным способом продавец обязан предложить покупателю услуги по доставке товаров путем их пересылки почтовыми отправлениями или перевозки с указанием используемого способа доставки и вида транспорта. Если между продавцом и покупателем договор был заключен с условием доставки товара покупателю, то продавец

⁴⁷ О применении ККТ и выдаче кассового чека (БСО) при осуществлении ИП расчетов в сети Интернет: Письмо Минфина от 19.04.2018 № 03-01-15/26522

обязан доставить товар в место, указанное покупателем, в установленный договором срок, а если место доставки указано не было, то в таком случае товар должен быть доставлен по месту жительства покупателя. Важно, чтобы товар был доставлен покупателю в целостной упаковке, без повреждений, согласно оформленному бланку заказа.

Каждому потребителю следует иметь в виду, что в соответствии с п.32 Правил продажи товаров дистанционным способом, в момент доставки товара можно потребовать предоставления информации о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества, а именно важно знать адрес (место нахождения) продавца, максимальный срок, в течение которого товар может быть возвращен продавцу, а также предупреждение о сохранении товарного вида и потребительских свойств товара, но по возможности, необходимо ознакомиться с данной информацией заранее. Непредоставление данной информации предусматривает право потребителя на отказ от товара в течение трех месяцев с момента его передачи.

Получая товар, потребитель должен проверить его комплектность, целостность, документацию к товару и, что немаловажно, соответствие доставленного товара заказанному.

Законодатель, стараясь защитить права потребителей при продаже товаров дистанционным способом, определил, что покупатель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи. То есть, расторгнуть или изменить договор возможно по соглашению сторон, если иное не предусмотрено ГК РФ, другими законами или непосредственно заключенным договором (ст. 450 ГК РФ).

Также п.4 ст. 26.1 Закона о защите прав потребителей гласит, что потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи и в течение семи дней после передачи товара.

Ст. 451 ГК РФ, предусматривает изменение или расторжение договора в связи с существенным изменением обстоятельств. Таковым обстоятельством является нарушение договора одной из сторон, что в последствии наносит ущерб другой стороне, при котором она теряет то, на что могла рассчитывать при

заключении договора. То есть, исполнение договора при данных обстоятельствах очень затруднительно, но, по сути, возможно, однако это приведет к нежелательным последствиям для одной из сторон, а договор должен исполняться на взаимовыгодных условиях.

Наглядный пример относительно дистанционного договора - неисполнение обязательства продавца по передаче товара потребителю после произведенной им оплаты. Так, в Октябрьский районный суд г. Улан-Удэ, обратился истец о расторжении договора, в связи с существенным нарушением договора продавцом. Свои требования мотивировал тем, что товар, который им приобретался в интернет-магазине, зарегистрированным за ответчиком, был частично оплачен, то есть, истцом была внесена предоплата, однако, в установленный договором срок товар получен не был. Согласно условиям договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом, продавец обязан доставить товар в течение 10 дней после оплаты покупателем товара на расчетный счет в банке. Суд, безусловно, удовлетворил иск в пользу покупателя, взыскав с ответчика денежную сумму, которая была передана по договору, а также неустойку и компенсацию морального вреда⁴⁸.

Потребитель, как присоединившаяся сторона, имеет право потребовать изменения или расторжения договора, если договор исключает или ограничивает ответственность продавца за нарушение обязательств. Данное право предусмотрено п.2 ст. 428 ГК РФ. В таком случае, в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей», условия договора, ущемляющие права потребителя, признаются недействительными.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что механизм заключения договора купли-продажи дистанционным способом достаточно прост, однако имеет немало нюансов, на которые потребителю следует обращать внимание. Механизм заключения договора, состоящий из определенных этапов, не имеет единой системы и четкого законодательного

⁴⁸ Решение Октябрьского районного суда г. Улан-Удэ от 13.07.2018 г. по делу № 2-2940/2018 [Электронный ресурс] // РосПравосудие – Режим доступа: <https://rospravosudie.com/>

регламентирования. Существует лишь так называемый порядок, которого придерживаются определяющее большинство продавцов при продаже товаров дистанционным способом. Для того, чтобы приобрести товар, потребителю в данном случае следует обращаться за разъяснением интересующих его вопросов по заключению договора данным способом, к ГК РФ, к Закону РФ «О защите прав потребителей», к Правилам продажи товаров дистанционным способом, поскольку единого акта, который бы информировал потребителя в этой части, нет. Что касается расторжения данного договора, то здесь, в силу специфики способа продажи товаров, предусмотренная законодателем возможность расторгнуть договор до получения товара является гарантией для обеспечения прав потребителей.

Считаем необходимым уделить большее внимание развитию законодательства в данной области, так как дистанционный способ продажи в России только набирает обороты.

2. Права потребителей при заключении договора купли-продажи дистанционным способом

2.1 Основные права потребителей при продаже товаров дистанционным способом

Законодательство в сфере защиты прав потребителей достаточно подробно регламентирует многообразие отношений, складывающихся в процессе реализации товаров между потребителем и продавцом, но в связи с тем, что эти отношения динамично развиваются, появляются новые способы реализации товаров, при которых не требуется личного присутствия потребителя в местах стационарной торговли, законодательство по данному вопросу нуждается в изменении, создании новых норм, для того, чтобы потребитель, как слабая сторона был уверен в том, что его права будут защищены.

Посещая места стационарной торговли, будь это ближайший магазин у дома с продовольственными товарами или запланированная поездка за определенным видом товара в торговый центр, потребитель, как правило, ознакомлен с основным перечнем прав, которыми он может руководствоваться для защиты своих интересов. Закон о защите прав потребителей четко фиксирует право потребителей на просвещение в сфере защиты своих прав, которое обеспечивается через включение соответствующих требований в государственные образовательные стандарты, общеобразовательные и профессиональные программы, а также путем предоставления информации потребителям об их правах и необходимых действиях по защите этих прав⁴⁹. Однако, все равно бывает так, что права потребителя нарушаются, никто от этого «застрахован» быть не может. Для того чтобы защитить себя при реализации

⁴⁹ Монахов А.Б. Право потребителей как социально-экономическая и юридическая категория // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Гуманитарные и общественные науки. 2011. № 3. С. 158.

своих прав, необходимо знать эти права, их способы защиты, в чем заключается государственная поддержка в случае нарушения прав.

Основными правами, которыми обладает потребитель, являются:

- 1) право на безопасность товара (работы, услуги)
- 2) права при обнаружении в товаре недостатков (требовать замены на товар той же марки или другой марки, требовать соразмерного уменьшения покупной цены, потребовать незамедлительно устранения или отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар суммы);
- 3) право на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах (работах, услугах);
- 4) право на компенсацию морального вреда;
- 5) право на судебную защиту;

Это перечень лишь основных прав, которыми обладает потребитель, при осуществлении розничной купли-продажи.

Как правило, потребитель свободен и независим в выборе, товары и услуги могут им приниматься или отвергаться в той мере, в какой они соответствуют его запросам. Также только потребитель решает, каким способом им будут приобретены необходимые ему товары для личного, семейного, бытового использования.

В связи с тем, что на сегодняшний день в России получает развитие дистанционный способ продажи товара, который уже прочно вошел в повседневную жизнь многих потребителей, возникает вопрос: какими основными правами при заключении договора купли-продажи дистанционным способом, обладает потребитель?

Несмотря на то, что дистанционный способ продажи товаров имеет ряд правовых особенностей, правила купли-продажи товаров одинаковы, и права потребителей тоже защищены одинаково. Продавцы обязаны соблюдать все установленные законом требования: заключать с покупателями договоры, предоставлять необходимую и достоверную информацию об основных

потребительских свойствах товара, отвечать за качество товара, а в случае необходимости - компенсировать понесенные покупателем убытки.

В сравнении с привычным способом приобретения товаров, который предполагает возможность непосредственного ознакомления с товаром, общение с продавцом, получение кассового чека, в дистанционном способе данные возможности либо исключаются вовсе, либо доступны потребителю частично.

Поэтому предпринимателю, организующему продажу товаров дистанционным способом, а также потребителю, желающему приобрести товар дистанционным способом, в т.ч. через Интернет - магазины, необходимо знать основные положения действующего законодательства в части обязательных требований, предъявляемых к организации деятельности по дистанционной продаже товаров.

Во-первых, несмотря на то, что покупка товара потребителем осуществляется дистанционно, продавец до заключения договора купли-продажи, обязан предоставить всю необходимую информацию: об основных потребительских свойствах товара, адресе (месте нахождения) продавца, месте изготовления товара, полном фирменном наименовании продавца, цене, условиях приобретения товара, доставке, сроке службы и годности и иные подобные сведения. Данное положение содержится в п. 2 ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей» и является ключевой обязанностью продавца. Важно, чтобы данная информация содержала сведения о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора.

Это, в первую очередь, объясняется тем, что в последнее время в сети Интернет появилось большое количество недобросовестных продавцов, которые не размещают информацию о товаре или же публикуют ложные сведения и данные об интернет-магазине или предоставляемом товаре. Все это имеет правовые последствия, которые выражены в затруднении защиты потребителями своих прав.

Покупая товары не в виртуальном магазине, потребитель точно знает все данные: наименование магазина, юридический адрес, и прочее, все это

определяется зачастую в кассовых чеках. Таким образом, покупатель может идентифицировать продавца и в случае нарушения прав предъявить требования⁵⁰. Но при совершении покупок дистанционным путем нередко мы можем увидеть только название сайта, контактный телефон и адрес. В данном случае вся информация о продавце находится на сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Однако довольно часто продавцы не являются собственниками серверов сайта, и для размещения информации им приходится обращаться к организациям посредникам, которые владеют необходимым для этого оборудованием и оказывают услуги, связанные с информационным обеспечением. Как следствие, имеют место быть случаи мошенничества, что значительно «подрывает» доверие покупателей к данному способу продажи товаров. И здесь может возникнуть ситуация, когда содержащаяся на сайте информация о продавце и товаре недействительна, и к кому тогда обратиться, если потребителю потребуется вернуть товар и денежные средства? Соответственно, здесь возникает проблема допустимой меры ответственности продавца и посредника, который оказывает услуги по содержанию сайта и размещению информации о продавце и товаре. Более того, как уже отмечалось, правовой статус посредника законодательством не урегулирован и это порождает существенный ряд проблем.

Необходимо установление ответственности посредников за предоставление недостоверных или неполных сведений. Помимо этого, требуется установление обязательного перечня сведений о юридическом лице, которые размещаются на сайте, а также информации о посреднике, регулирующем работу самого сайта⁵¹.

С учетом этого, в действующем законодательстве в сфере защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом, по мнению Роспотребнадзора, необходимо внести ряд изменений, касающихся предоставления достоверной информации о товаре и продавце. По представлению

⁵⁰ Лисица Е.О. Проблемы защиты прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. 2018. № 9. С. 68.

⁵¹ Саинская Л.А. Проблемы защиты прав потребителей при дистанционной торговле через сеть «Интернет» // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 20. С. 129.

Роспотребнадзора, необходимо создать обязательный реестр интернет-магазинов, в котором будут содержаться актуальные сведения о продавце. Сайты будут осуществлять привязку в реестре к определенному юридическому лицу и жалобы покупателей будут направляться непосредственно ему⁵².

Проблема возникает и при отсутствии подробной информации о товаре, которая должна быть полной, открытой, достоверной, не вызывать сомнений у потребителя в свойствах и качестве товара. Иначе это приводит к ситуации, когда приобретенный товар явно разнится с изображением или описанием в Интернете.

То есть надлежащее информирование потребителя при дистанционном способе продажи товаров является основной обязанностью продавца. Как и при розничной купле-продаже, осуществляемой в местах стационарной торговли, информация должна соответствовать требованиям наглядности и допустимости, быть читаема, а также потребитель должен ее понимать путем внешнего восприятия через текст, иллюстрации. Право на информацию является неотъемлемым и основополагающим, без которого совершение покупок дистанционным способом является практически невозможным.

Еще одним фундаментальным правом потребителя при продаже товаров дистанционным способом, является право на качество товара. Любой покупатель, вступая в обязательственные правоотношения с продавцом, рассчитывает на то, что при покупке различного рода товаров будут удовлетворены личные, бытовые, семейные и иные нужды в необходимом ему объеме. Для этого товар должен быть предоставлен надлежащего качества. С учетом того, что потребитель, делая заказ в интернет-магазине, не может потрогать, ощутить, приобретаемую вещь, ему лишь остается доверять предложенному продавцом описанию и изображению. Но даже с учетом этого восприятие товара на фотоснимке с восприятием товара в объективной реальности могут разниться. То есть здесь потребитель идет на риск,

⁵² Ванин Д.Н. Проблемы защиты прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров // Тенденции развития науки и образования. 2018. № 43-1. С. 14.

полагаясь исключительно на добросовестность продавца⁵³, который информирует потребителя о том, что товар представлен надлежащего качества.

Понятие категории «качество товара» не раскрывается ни ГК РФ, ни Законом РФ «О защите прав потребителей». Но среди некоторых ученых сложилось понятие качества товаров как совокупности закрепленных в законодательстве и принятых в соответствии с ним документах (например, о техническом регулировании), сформировавшихся обычных требований к товару (работе, услуге), поскольку посредством их исполнения фиксируются те или иные существенные свойства товара (работы, услуги) и он становится полезным для потребителя, способным быть использованным по целевому назначению⁵⁴.

Согласно Правилам, качество товара определяется договором, продавец обязан передать товар потребителю, качество которого соответствует информации, предоставленной покупателю при заключении договора, а также информации, которая была доведена до его сведения при передаче товара: на этикетках, путем нанесения маркировок и иными способами. (п. 25). В том случае, если в договоре отсутствуют условия о качестве товара, продавец обязан передать покупателю товар, пригодный для целей, для которых товар такого рода обычно используется.

Праву потребителя на товар надлежащего качества корреспондирует обязанность продавца осуществить обмен на аналогичный товар, если указанный товар не подошел по форме, габаритам и т.д. (ст. 25 Закона о защите прав потребителей), а при получении товара ненадлежащего качества – произвести устранение недостатков, соразмерно уменьшить покупную цену или заменить на товар аналогичной марки (п. 27, 28 Правил продажи товаров дистанционным способом). Права покупателя на обмен, замену и пр. сохраняются, как и в классическом договоре розничной купли-продажи, где покупатель может проверить товар и оценить его свойства.

⁵³ Аблятипова Н.А. Проблемы дистанционного способа розничной купли-продажи в контексте права потребителя на отказ от товара надлежащего качества // Журнал «Ученые записки». 2019 г. С.14.

⁵⁴ Антонов В. В., Антонова Н. А., Толпыгин Г. А. Потребительское право и защита прав потребителей. // М., 2003. С. 12.

Таким образом, товары, реализуемые продавцами дистанционным способом, так или иначе должны соответствовать требованиям, предъявляемым к качеству товара. Это неотъемлемое право потребителя при совершении покупок дистанционным способом.

Кроме того, наряду с правом на качество товара стоит право на безопасность товара. В соответствии со ст. 7 Закона потребитель имеет право на то, чтобы приобретаемый товар при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации был безопасен для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причинял вред имуществу потребителя.

Потребитель всегда может отстоять и защитить принадлежащие ему права при совершении покупок как в местах непосредственного нахождения товара, так и при дистанционном способе продажи товаров. То есть, потребитель имеет право на досудебный порядок рассмотрения спора, а именно, направить претензию продавцу, и также на судебную защиту, в ходе которой покупателю может быть компенсирован моральный вред, возмещены убытки.

Безусловно, в силу того, что между продавцом и покупателем нет личного контакта при дистанционном способе, у потребителя нередко складывается ощущение того, что может произойти обман, товар будет совсем не соответствовать его ожиданиям, более того, потребитель ошибочно полагает, что в данном случае защита его прав не будет осуществляться должным образом. Однако, это не так. Подводя итог анализа прав потребителей при розничной купли-продажи в местах стационарной торговли и при осуществлении продаж дистанционным способом, можно сделать вывод, что потребителю не стоит опасаться приобретать товары данным способом, права ни в коем случае не будут ущемлены. Напротив, Закон о защите прав потребителей и Правила продажи товаров дистанционным способом достаточно полно определяют права потребителя, а также возможности их защиты при продаже товаров данным способом. Однако, необходимость в создании единого нормативно-правового акта по вопросам дистанционной торговли возрастает с каждым днем.

2.2 Обмен и возврат товаров, приобретенных дистанционным способом

На сегодняшний день многие граждане в силу загруженного темпа жизни и острой нехватки времени на совершение покупок все чаще приобретают товары дистанционным способом. Широкий ассортимент, возможность сравнивать товары различных брендов, марок и приобретать их по наиболее выгодной цене, прямо не выходя из дома, разумеется, привлекает потребителя.

Однако, даже учитывая удобство осуществления покупок через электронные площадки в сети Интернет, среди потребителей складывается неоднозначное отношение к приобретению товаров именно дистанционным способом. Это во многом связано с отсутствием доверия со стороны потребителей, потому что законодательное регулирование в данной сфере имеет множество пробелов и достаточно низкий уровень защиты прав потребителей. Именно потребитель, а им является каждый из нас, наиболее уязвим и нуждается в усиленных формах и способах защиты со стороны государства. Поэтому у граждан, которые собираются приобретать товары дистанционным способом, не должно возникать сомнений в том, что все необходимые гарантии, обеспечивающие реализацию законных прав и интересов потребителей, будут соблюдены.

Актуальный вопрос, который больше всего беспокоит потребителей – это обмен и возврат товара, приобретенного дистанционным способом. Как менее защищенной стороне, потребителю предоставлены дополнительные, а также специальные права. Статья 26.1 Закона «О защите прав потребителей» (п.4) регламентирует право потребителя на отказ от товара в любое время до его получения, а после получения товара потребитель может отказаться от него в течение семи дней, не указывая причин. Важность предоставления дополнительных прав потребителю обусловлена тем, что товары приобретаются без непосредственного ознакомления с ними, а значит, потребовать возврата денег, обмена или возврата товара от виртуального продавца будет затруднительно.

По общему правилу, согласно ст. 502 ГК РФ, покупатель наделяется правом обменять непродовольственный товар надлежащего качества в четырнадцатидневный срок с момента передачи ему такого товара, если необходимый товар для обмена будет отсутствовать, покупатель правомочен вернуть его, если только последний не входит в Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации, утвержденный Постановлением Правительства РФ от 19.01.1998 № 55⁵⁵. Аналогичное нормативно-правовое предписание содержится в ст. 25 Закона о защите прав потребителей. На торговлю дистанционным способом не распространяются ограничения на возврат (обмен) товаров надлежащего качества, включенных в Перечень непродовольственных товаров, не подлежащих возврату, поскольку потребитель имеет неоспоримое право на отказ от товара, приобретенного дистанционным способом.

Важным моментом является также предусмотренное Правилами положение, в котором говорится о том, что если продавец в момент доставки товара не предоставил информацию о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества (общий срок 7 дней) в письменной форме, потребитель имеет право отказаться от товара в течение трех месяцев с момента его передачи.

Потребителю, собирающемуся сделать возврат товара надлежащего качества, следует учитывать, что возврат товара будет осуществлен только в том случае, если сохранены его товарный вид и потребительские свойства, а также документ, подтверждающий факт и условия покупки товара у продавца. Уместен вопрос: какой документ потребитель может предоставить в данном случае? Таким документом может быть, в основном, чек, то есть документ, который подтверждает оплату товара.

⁵⁵ Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации: Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 № 55 (ред. от 30.05.2018) // СЗ РФ. 1996. № 3.

Даже в случае отсутствия такого документа у потребителя, это не лишает его возможности ссылаться на другие доказательства приобретения товара у данного продавца, таковыми могут быть: свидетельские показания, распечатки с сайта, подтверждающие заказ, и т.д. Так, например, истец обратилась в Калининский районный суд г. Уфы с требованием о возврате товара и денежных средств. В обосновании своих требований указала, что приобрела дистанционным путем диван, который был доставлен ответчиком АО «Орматек» сразу, в день оформления заказа на Интернет-сайте. После его сборки и установки истцом выяснилось, что при раскладке дивана верхняя часть спинки соприкасается с полом, что в процессе эксплуатации будет способствовать быстрому загрязнению ткани дивана; место для сидения расположено высоко. Сиденье и спинка дивана оказались жесткими, неудобными для пользования. Суд безусловно удовлетворил требования истца и вернул денежные средства, поскольку товарный чек был сохранен, потребительские свойства утрачены не были, товар был возвращен ответчику в том виде и состоянии, в котором он был доставлен покупателю⁵⁶.

То есть при отказе покупателя от товара, продавец должен возратить ему сумму, которая была уплачена покупателем в соответствии с договором. Но, за исключением расходов продавца на доставку от покупателя возвращенного товара, не позднее чем через десять дней с даты предъявления покупателем соответствующего требования.

Однако, вместе с этим, потребителю важно знать, что не все товары можно вернуть как товары надлежащего качества. Потребитель не имеет права отказаться от товара, который обладает индивидуально-определенными свойствами, это означает, что товар был сделан индивидуально для потребителя и использовать его может только он (п. 21 Правил). Также в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 19.01.1998 № 55

⁵⁶ Решение Калининского районного суда г. Уфы (Республика Башкортостан) от 13.05.2019 г. по делу № 2-1016/2019 [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Судебные и нормативные акты РФ». Режим доступа: <http://sudact.ru>.

технически сложные товары надлежащего качества не подлежат обмену или возврату.

Право потребителя на отказ от товара ненадлежащего качества. Бывают случаи, когда потребителю приходится сталкиваться с некачественным товаром, обнаружение недостатков в товаре происходит уже по факту его получения. Среди некоторых потребителей прочно складывается мнение, что ввиду того, что продавец «виртуальный», то и предъявлять требования о возврате денежной суммы или об устранении недостатков затруднительно и даже невозможно. В данном случае потребителю не стоит сомневаться, он имеет абсолютное, установленное законом право на предъявление требований продавцу, пусть даже лично с ним не взаимодействуя.

Согласно п. 28 Правил продажи товаров дистанционным способом, потребитель имеет право на предъявление следующих требований:

- безвозмездное устранение недостатков;
- соразмерное уменьшение покупной цены;
- заменить на товар аналогичной марки либо на товар другой марки с соответствующим перерасчетом покупной цены;
- отказ от исполнения договора и возврат денежных средств, уплаченных за товар.

Данные требования могут быть предъявлены, если обнаруженные в товаре недостатки не были оговорены продавцом. Что касается технически сложного товара, потребитель в случае обнаружения в нем недостатков вправе отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за такой товар суммы либо предъявить требование о его замене на товар этой же марки (модели, артикула) или на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены в течение 15 дней со дня передачи ему такого товара. По истечении этого срока указанные требования подлежат удовлетворению в одном из следующих случаев:

- обнаружение существенного недостатка товара;

– нарушение установленных Законом о защите прав потребителей сроков устранения недостатков товара;

– невозможность использования товара в течение каждого года гарантийного срока в совокупности более чем 30 дней вследствие неоднократного устранения его различных недостатков.

Потребитель также наделен правом требовать полного возмещения убытков, причиненных ему в результате продажи товара ненадлежащего качества (п.29 Правил).

Таким образом, права потребителя на обмен или возврат товара дистанционным способом в законодательстве регламентированы достаточно подробно и гарантируют потребителю надлежащую защиту в случае их нарушения, даже несмотря на то, что продажа товара дистанционным способом носит довольно сложный характер. Но тем не менее, необходимо, чтобы потребитель был осведомлен и четко знал свои права в этой части. Достаточно подходящим и нестандартным решением данного вопроса по ознакомлению потребителя с его правами по возврату и обмену товара может быть памятка, которая будет высвечиваться на сайте интернет-магазина перед тем, как потребитель перейдет к оформлению и оплате заказа. В памятке могут содержаться основные права потребителя и обязанности продавца, а также правовые последствия, которые предусмотрены в случае их нарушения. После того, как потребитель ознакомится с данной памяткой, он должен поставить «галочку», то есть дать понять продавцу, что он ознакомлен с предложенной информацией. Считаем данное решение весьма удобным двум сторонам правоотношения по продаже товаров дистанционным способом, так как это позволит потребителям без опасения совершать покупки в интернет-магазинах.

2.3 Система правовых требований и ограничений при осуществлении дистанционной продажи товаров

С целью обеспечения защиты прав и законных интересов потребителя, приобретающего товар дистанционным способом, законодателем разработана система правовых требований и ограничений, соблюдение которых является обязательным для всех участников дистанционной торговли.

Действующее законодательство РФ содержит следующие категории требований, предъявляемых к дистанционной торговле: требования, предъявляемые к информации о товаре и продавце, предоставляемой покупателю до заключения договора; требования, предъявляемые к качеству и безопасности товара; требования, предъявляемые к порядку исполнения договора купли-продажи⁵⁷.

Законодатель ограничил перечень товаров, которые можно продавать дистанционно, в том числе с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет. В соответствии с п. 5 Правил продажи товаров дистанционным способом, не допускается продажа дистанционным способом алкогольной продукции, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством РФ.

Перечень видов продукции и отходов производства, свободная реализация которых запрещена (далее – Перечень) утвержден Указом Президента Российской Федерации от 22 февраля 1992 № 179⁵⁸. В частности, нельзя реализовать дистанционным способом драгоценные и редкоземельные металлы, драгоценные камни, изделия из них, лекарственные средства (реализуемые по рецепту), оружие, боеприпасы к нему, табачную продукцию, результаты научной деятельности и некоторые другие виды продукции. Имущественные права в силу

⁵⁷ Фролов И.В. Правовое регулирование дистанционной торговли товарами и услугами в Российской Федерации: дис. канд. юрид. наук // М., 2018. С. 111.

⁵⁸ О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена: Указ Президента РФ от 22.02.1992. №179 (ред. от 17.03.2020) // [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Российская газета». Режим доступа: <https://rg.ru>.

их невещественной природы не могут выступать в качестве предмета договора дистанционной купли-продажи.

Судебная практика в этой части достаточно обширна. Так, например, Управление Роспотребнадзора по Волгоградской области обратилось в суд с иском к Управлению Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Волгоградской области и Республике Калмыкия, указав, что пользователям сети Интернет предоставляется свободный доступ к сайту, где размещена информация о возможности приобретения табачной продукции (сигарет) жителям Волгограда. Сайт имеет красочное оформление, которое привлекает к себе внимание, побуждает к покупке табачной продукции с указанием ассортимента, цен, ссылки на то, как сделать заказ. Вход на сайт свободный, не требует предварительной регистрации и пароля, ознакомиться с содержанием указанной страницы и скопировать информацию в электронном виде может любой пользователь Интернет. Информация на сайте распространяется бесплатно, срок пользования не ограничен, ограничения на передачу, копирование и распространение информации отсутствуют.

Суд пришел к выводу, что информация, указанная на сайте, провоцирует граждан на незаконное приобретение табачной продукции дистанционным способом. Сведения, размещенные на указанном интернет-сайте, вводят в заблуждение неопределенный круг потребителей относительно возможности и допустимости приобретения табачной продукции дистанционным способом, поскольку не содержат указаний на противоправность данных действий и установленную законом ответственность в случае их совершения, но в соответствии с ч. 3 ст. 19 Федерального закона от 23.02.2013 №15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» запрещается розничная торговля табачной продукцией путем развозной и разносной

торговли, дистанционным способом⁵⁹. Принимая во внимание изложенное, суд удовлетворил заявленные требования и признал информацию, размещенную на электронной странице сайта магазина информацией, запрещенной к распространению на территории Российской Федерации⁶⁰.

Запрет на продажу дистанционным способом алкогольной продукции обусловлен нижеследующим. В силу подпункта 11 пункта 2 статьи 16 Федерального закона от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (далее – Федеральный закон от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ) не допускается розничная продажа алкогольной продукции несовершеннолетним. Важен тот факт, что несовершеннолетние лица в большинстве случаев имеют свободный доступ к различного рода интернет-сайтам, включая интернет-магазины. Красочное описание, а также способы приобретения алкогольной продукции (судебной практике известны случаи, когда продажа алкоголя через интернет-магазины осуществлялась даже доставкой в ночное время⁶¹), свободно реализуемой интернет-магазином, способствует негативному влиянию на психическое, духовное и нравственное развитие детей и подростков, может вызвать у них различного рода побуждения и желания к приобретению и употреблению алкогольных напитков, что неминуемо приведет к негативным последствиям для несформировавшегося детского организма и причинит вред здоровью несовершеннолетних. Поэтому, в силу закона информация об алкогольной продукции, размещаемая в интернет-магазинах, является незаконной и не должна распространяться на территории Российской Федерации.

⁵⁹ Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака: Федеральный Закон от 23.02.2013. № 15-ФЗ [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс.

⁶⁰ Решение Дзержинского районного суда г. Волгограда от 29.08.2019 г. по делу № 2А-5008/2019 [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Судебные и нормативные акты РФ». Режим доступа: <http://sudact.ru>.

⁶¹ Решение Железнодорожного районного суда г. Новосибирска от 26.02.2019 г. по делу № 2А-803/2019 [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Судебные и нормативные акты РФ». Режим доступа: <http://sudact.ru>.

Как правило, в местах осуществления стационарной торговли, в случае возникновения у лица, непосредственно осуществляющего отпуск алкогольной продукции (продавца), сомнения в достижении покупателем совершеннолетия, продавец вправе потребовать у этого покупателя документ, который бы позволил установить возраст этого покупателя (паспорт).

Между тем, как отмечает Верховный Суд РФ, продавец, заключая договор купли-продажи товаров дистанционным способом, не может убедиться в совершеннолетию покупателя, потребовать у покупателя документ, удостоверяющий личность, поскольку в силу действующего законодательства Российской Федерации договор розничной купли-продажи дистанционным способом заключается на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара⁶².

В связи с тем, что при дистанционном способе продажи алкогольной продукции не всегда возможно обеспечить выполнение требований Федерального закона от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ, запрет на продажу указанной продукции является обоснованным. В перечень таких товаров, помимо прочего, входят и лекарственные средства (за исключением лекарственных трав).

Розничная продажа лекарственных средств осуществляется только аптеками, ветеринарными организациями и иными субъектами, перечень которых приведен в п. 1 ст. 55 Федерального закона от 12 апреля 2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств». Иные лица заниматься такой коммерческой деятельностью не вправе, поскольку это является нарушением закона, однако следует учитывать, что запрет установлен только для продажи, а не для сопутствующих видов деятельности, в том числе связанных с информационным сопровождением такой продажи.

⁶² Определение Верховного Суда РФ от 08 декабря 2011 № КАС11-675 // [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс.

Запрет на Интернет-торговлю лекарственными препаратами не препятствует аптекам создавать и активно использовать собственные сайты. Как свидетельствует судебная практика, возможность ознакомления с ассортиментом лекарств, их бронирование и оформление заказа посредством интернет-сайта аптечной организации не нарушает названный законодательный запрет, если покупка осуществляется непосредственно в самой аптеке⁶³.

Так, одним из популярных федеральных интернет-сервисов по заказу аптечных товаров является apteka.ru⁶⁴. На странице каждого товара представлено его подробное описание, для препаратов указаны их действие, показания и противопоказания, способ применения, взаимодействие с другими лекарственными препаратами. Для оформления заказа необходимо выбрать аптеку в качестве пункта доставки.

Вместе с тем, с 17 марта согласно Указу Президента РФ от 17 марта 2020 г. №187 «О розничной торговле лекарственными препаратами для медицинского применения»⁶⁵ установлена возможность вести розничную онлайн-торговлю препаратами, но только безрецептурными. Согласно данному указу заниматься онлайн-торговлей вправе аптечные организации, у которых есть лицензия на фармацевтическую деятельность и разрешение Росздравнадзора.

В соответствии с Федеральным законом от 03 апреля 2020 г. №105-ФЗ «О внесении изменений в статью 15.1 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и Федеральным законом «Об обращении лекарственных средств», аптечные организации не смогут продавать через интернет: рецептурные препараты, наркотические и психотропные препараты, спиртосодержащие лекарства с объемной долей этилового спирта свыше 25%⁶⁶. Все остальные препараты, на которые не

⁶³ Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 02.12.2016 г. по делу № А76-5846/2016 // [Электронный ресурс] // Картотека арбитражных дел. Режим доступа: <http://kad.arbitr.ru/>

⁶⁴ [Apteka.ru](http://apteka.ru) – сервис заказа лекарств в аптеку [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.apteka.ru>

⁶⁵ О розничной торговле лекарственными препаратами для медицинского применения: Указ Президента РФ от 17.03.2020 № 187 // СЗ РФ. 2020. № 12.

⁶⁶ О внесении изменений в статью 15.1 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»: и Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств»: Федеральный закон от 03 апреля 2020 № 105-ФЗ // Российская газета, 2020. №34.

распространяется запрет, можно приобрести через Интернет и заказать доставку на дом.

Таким образом, нормативными правовыми актами РФ ограничен перечень товаров, которые можно продавать дистанционно, в том числе с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Вместе с тем, правовое регулирование дистанционных продаж непрерывно развивается, в частности, с марта 2020 г. установлена возможность вести розничную онлайн-торговлю безрецептурными лекарственными препаратами.

Подводя итоги исследования в рамках первой и второй главы, можно сделать следующие выводы:

– становление и развитие продаж товаров дистанционным способом в России прошло относительно недолгий путь. Первые дистанционные сделки начали заключаться в XIX в. путем почтовой пересылки. Торговля через телевидение зародилась в США в 1982 г. С развитием информационных технологий Интернет-торговля практически вытеснила другие виды дистанционной торговли;

– в настоящее время существует следующая система нормативных правовых актов, регулирующих отношения в сфере дистанционной торговли: Гражданский кодекс РФ, Федеральный закон «О рекламе», Закон «О защите прав потребителей», Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» и др. Вместе с тем, единый закон, регламентирующий все вопросы по продаже товаров дистанционным способом, отсутствует;

– анализ купли-продажи товаров, осуществляемой дистанционным способом, позволил выявить следующие основные характеристики такого договора:

1) предмет договора – это товары, свободно находящиеся в обороте, приобретаемые для целей, не связанных с предпринимательской деятельностью, кроме товаров, запрещенных к реализации дистанционным способом;

2) моментом исполнения договора считается доставка товара в место, указанное в договоре, если иное не предусмотрено законом или договором;

3) оплата совершается наличными денежными средствами и (или) платежной картой курьеру либо посредством электронных или безналичных расчетов (онлайн);

4) потребители имеют достаточно большой объем прав в дистанционной торговле, который не имеет отличий с правами, которые предоставлены потребителям при классическом заключении договора розничной купли-продажи, а именно право на информацию о товаре и продавце, которое является ключевым; право на качество товара и его безопасность, право на судебную защиту прав и др.;

5) среди потребителей остается актуальной проблема осуществления возврата и обмена товара, приобретаемого дистанционно. В связи с этим необходимо ввести норму, которая обязывала продавцов интернет-магазинов предоставлять потребителю памятку об их основных правах, способах их защиты, а также обязанностях покупателя и последствиях их неисполнения. В значительной мере это бы позволило устранить правовую неграмотность потребителей, а как следствие – исключить сомнения в удобстве и надежности дистанционного способа продажи товаров.

б) при осуществлении заказа товаров на Интернет-сайтах потребитель должен знать, что не все товары можно приобрести дистанционным способом, а именно законодательный запрет установлен: на продажу лекарственных средств (приобрести можно только безрецептурные средства и только на сайтах аптек), продажу алкогольной и табачной продукции, а также иные виды товаров, свободная реализация которых запрещена в соответствии с законом.

3 Обеспечение защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом

3.1 Нарушения прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров

Согласно данным Управления Роспотребнадзора, всего в 2019 году поступило 136 839 обращений по различным вопросам, касающимся соблюдения требований законодательства о защите прав потребителей в сфере розничной торговли, что больше на 1,5%, чем в 2017 г., и на 6,4% меньше показателя 2016 г.

В сфере продажи товаров дистанционным способом фиксируется стабильный рост числа обращений потребителей по поводу нарушения их прав (в целом, с 2012 г. количество таких обращений выросло в 3,5 раза):

- 2015 год – 8 569 обращений (5,5% от количества поступивших обращений по вопросам розничной торговли и 2,5% от общего количества обращений);
- 2016 год – 8 774 обращений (6% и 2,6%, соответственно);
- 2017 год – 11 649 обращений (8,6% и 3,6%, соответственно);
- 2018 год – 16 174 обращения (11,8% и 4,9%, соответственно)⁶⁷.

Основными нарушениями прав потребителей, по данным Роспотребнадзора, в сфере дистанционной продажи товаров являются:

- продажа опасных товаров, не соответствующих обязательным требованиям;
- непоставка товара по оплаченному договору или заказу;
- нарушение сроков передачи товара;
- продажа некачественного товара или товара, не соответствующего описанию;
- введение потребителя в заблуждение относительно потребительских свойств товара;

⁶⁷ Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2018 году: Государственный доклад. // М.: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 2019. С. 160.

– сокрытие или неполное раскрытие информации о продавце (изготовителе, исполнителе);

– уклонение от рассмотрения требований потребителя;

– невозврат (уклонение от возврата) уплаченных потребителем средств;

– отказ потребителю в возмещении убытков (неустоек).

Особенности, свойственные данному способу продаж, порождают ряд проблем для потребителей.

Как было ранее указано, договор купли-продажи дистанционным способом представляет собой не самостоятельный вид договора, а является одной из форм договора розничной купли-продажи. Законодательство РФ не определяет порядок, условия заключения исследуемого вида договора, его форму. На практике договоры с потребителями чаще всего вообще не оформляются. На сайте интернет-магазина, как правило, есть готовая форма, в которой необходимо указать данные для оформления заказа: ФИО и паспортные данные покупателя, адрес доставки и т. д., но это не договор, в котором будут указаны права и обязанности покупателя и продавца, ответственность сторон, порядок разрешения споров и т. д.

В действительности не всегда удается потребителю установить личность продавца при осуществлении торговли дистанционным способом. Многие магазины, участвующие в торговой системе, вообще не определяют на своем сайте ни юридический адрес, ни ИНН, ни ОГРН, ни полное наименование продавца. Для владельцев интернет-сайтов нигде не определена обязанность актуализации информации. В случае, если претензия потребителя определяется по существу информации, обозначенной на Интернет-сайте продавца, то установить (доказать) связь между Интернет-сайтом и продавцом может быть затруднительно. Также следует учесть, что владелец Интернет-сайта и продавец не всегда одно и то же лицо.

В связи с указанным возникает вопрос: можно ли считать заключенным договор розничной купли-продажи, если одна из сторон такого договора неизвестна или установить ее личность невозможно, а также если такая сторона

предоставляет на своем сайте сведения, не соответствующие действительности? Данные обстоятельства вызывают трудности при защите своих прав потребителем. Для устранения такой правовой дискуссии и обеспечения правильного толкования норм права, считаем необходимым Верховному Суду РФ внести изменения в законодательную базу и дать разъяснения по вышеизложенному вопросу. Кроме того, при отсутствии информации о продавце и товаре, потребитель задается вопросом, к кому следует обратиться, если нужно вернуть денежные средства или заменить продукцию, что также является проблемой.

По мнению Н.В. Тиуновой, представляется необходимым наделить Роспотребнадзор правом применять такую меру государственного принуждения, как блокировка обезличенных сайтов, несанкционированных интернет-магазинов, предусмотрев соответствующий порядок реализации данных полномочий⁶⁸. По нашему мнению, предложение вышеуказанного автора требует дополнительной доработки, с учетом того, что блокировки в нашей стране нередко используются для достижения политически мотивированных целей.

За размещение в сети Интернет обезличенных и несанкционированных интернет-магазинов, а также за отсутствие на сайте созданного интернет-магазина контактной информации и обязательных реквизитов о продавце, в КоАП РФ следует предусмотреть административную ответственность.

Нередко также возникает вопрос о моменте заключения договора. Согласно п. 20 Правил, договор розничной купли-продажи при дистанционном способе продажи товаров считается заключенным как с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека, так и с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести выбранный товар. На практике возникают ситуации, когда потребитель заказывает товар, от Интернет-сайта на электронную почту либо по СМС покупателю приходит ответ о том, что заказ

⁶⁸ Тиунова Н.В. Некоторые проблемные аспекты осуществления государственного контроля и привлечения к административной ответственности за нарушения прав покупателей не санкционированными и обезличенными интернет-магазинами в России // Пермский юридический альманах. 2019. № 2. С. 162.

принят, и с ним свяжутся в ближайшее время. Покупатель, получив такое сообщение, воспринимает его как акцепт. Вместе с тем, может пройти несколько дней, прежде чем потребитель осознает, что его заказ не был принят и оформлен, что является нарушением его прав.

Еще одной проблемой, с которой также приходится иметь дело потребителю, является срок доставки товара. Согласно Правилам, продавец обязан передать товар покупателю в порядке и сроки, которые установлены в договоре. Если в договоре срок доставки товара не определен и отсутствуют возможности определить этот срок, товар должен быть передан покупателю в разумный срок. Обязательство, не исполненное в разумный срок, продавец должен выполнить в 7-дневный срок со дня предъявления покупателем требования о его исполнении. При использовании дистанционной покупки товара, вместе с тем, бывают ситуации, когда покупатель заполняет только стандартную форму заказа на сайте без заключения договора, а срок доставки на сайте указывается приблизительный либо вообще не указывается. Законом в данном случае предусмотрено понятие «разумный срок», однако, что в данном случае потребителю следует понимать под разумным сроком, не определено.

Указанные проблемы, между тем, не являются исчерпывающими. В связи с вышеизложенным предлагается установить предельные временные границы исполнения заказа. Например, если иное не предусмотрено договором, то продавец обязан исполнить заказ не позднее 30 дней с момента заказа товара потребителем.

Представляется оправданным законодательное определение субъектного состава рассматриваемых отношений, так как он не попадает в круг тех лиц, участвующих в потребительских отношениях, предусмотренных преамбулой Правил продажи товаров дистанционным способом. В отношениях по дистанционной продаже товаров участвуют изготовитель, производящий товар, дистрибьютор (агрегатор) или иное лицо, продающее его, и соответственно, потребитель. В связи с тем, что законодатель не закрепил данный субъектный состав, не определил его правовой статус в основном нормативно-правовом акте,

который регулирует дистанционные продажи, на практике возникают различного рода вопросы. В преамбуле Закона о защите прав потребителей дано определение владельца агрегатора сайта, однако мы считаем, что ввиду специфичности данного способа следует закрепить понятие не только в данном законе, но и в Правилах продажи товаров.

Более активная позиция государства может выразиться в установлении требований для Интернет-сайтов указывать актуальные сведения о наименовании, ИНН, ОГРН, контактные данные продавца. Отсутствие законодательного разрешения таких проблем вызывает ряд правовых дискуссий и создает сложности в правоприменении, а именно создает широкий простор для судебного усмотрения. Для устранения данных правовых проблем считаем необходимым и целесообразным урегулирование законодателем порядка, условий заключения, а также формы договора розничной купли-продажи дистанционным способом; необходимо определить понятие «разумный срок» доставки товара, дать толкование относительно действительности или недействительности данного вида договора, заключенного с неизвестной стороной или стороной, представляющей на своем сайте сведения, несоответствующие действительности путем дачи разъяснений Верховным Судом РФ. Помимо ранее предложенных путей разрешения правовых проблем, может быть создан торговый реестр интернет-магазинов, в котором будут содержаться актуальные сведения о наименовании, адресе, ОГРН, контактных телефонах и ответственных лицах продавцов. В заключение следует подчеркнуть: однозначные законодательные формулировки будут способствовать повышению эффективности защиты прав и законных интересов граждан, а также совершенствованию нормативной базы относительно применения данного вида договора розничной купли-продажи.

3.2. Способы и формы защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров

На сегодняшний день для многих потребителей остается без ответа вопрос, куда нужно обращаться за помощью, и к какому способу защиты стоит прибегнуть, если предусмотренные законом права в данной сфере нарушаются? Приобретая каждый день товары для удовлетворения различного рода целей, потребитель часто становится жертвой обмана, мошенничества. Такие случаи не редкость при осуществлении покупок в стационарных местах торговли, а при дистанционном способе, как показывает судебная практика, это случается повсеместно.

Легального толкования понятия «защита прав потребителей» нет. Исходя из положений законодательства его можно понимать в разных смыслах. Однако среди ученых-правоведов существует множество точек зрения относительно толкования данного понятия. Так, А.М. Ширвиндт предлагает понимать в широком смысле защиту прав потребителя как «совокупность разнородных социальных механизмов, призванных помочь потребителю в ситуациях, когда контакт с профессионалом или предпринимателем чреват для него особыми опасностями»⁶⁹. Другого мнения придерживается В.В. Богдан, который трактует это понятие как «значительный комплекс прав потребителей с целью уравнивания баланса интересов последних как более экономически не защищенной категории участников рынка товаров и услуг»⁷⁰.

Согласно Конституции Российской Федерации, каждому гражданину РФ гарантируется право на защиту нарушенных прав и свобод любыми способами, не

⁶⁹ Ширвиндт А.М. Ограничение свободы договора в целях защиты прав потребителей в российском и европейском частном праве // Вестник гражданского права. 2013. № 1. С. 50.

⁷⁰ Мохоров Д.А., Демидов В.П., Мохорова А.Ю. Актуальные проблемы защиты прав потребителей // Научно-практическое пособие. Санкт-Петербург, 2016. С. 18.

противоречащими закону РФ⁷¹, в том числе гарантируется судебная защита его прав и свобод.

Понятие «защита гражданских прав» представляет собой одну из важнейших категорий науки гражданского права. В ст. 12 Гражданского кодекса РФ подробно изложены способы защиты гражданских прав. В контексте рассмотрения и изучения вопроса правовой защиты потребителей на современном этапе используются в основном пять гражданско-правовых способов защиты прав потребителей, предусмотренных ГК РФ, а именно: самозащита права, изменение или прекращение правоотношения, возмещение убытков, взыскание неустойки и возмещение морального вреда. Реализация предусмотренных способов защиты прав потребителя возможна в юрисдикционной форме и не юрисдикционной форме путем самозащиты нарушенных прав. Но, как показывает практика, среди потребителей более распространенной формой защиты выступает юрисдикционная форма, а именно судебный порядок защиты путем предъявления иска в защиту одного потребителя либо интересов неопределенного круга потребителей.

Даже с учетом того, что дистанционный способ продажи имеет весьма специфический характер, на потребителей так же распространяются общие положения ГК РФ, Закона о защите прав потребителей, то есть потребители при данном способе не лишены возможности на защиту своих прав и интересов посредством указанных в законе способов. Потребителю предоставлено право самостоятельно выбирать форму и конкретный способ защиты, основываясь только на своем внутреннем убеждении эффективности и правильности выбора⁷².

Таким образом, потребитель, как и каждый субъект гражданского права, обладает правом на защиту нарушенного права. Содержание права на защиту потребителя включает в себя:

- меры непосредственного воздействия на правонарушителя;

⁷¹ Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года // СЗ РФ. 2014. № 31. – Ст. 4398 (с послед. изм.).

⁷² Дмитриев М.А. К вопросу о способах защиты прав покупателя по договору розничной купли-продажи // Юрист, 2013. № 9. С. 19.

– меры, связанные с государственным принуждением, если действия потребителя оказались безрезультатными⁷³.

Потребитель в связи с нарушением своего права может применять меры оперативного воздействия на продавца, которые направлены на стимулирование и профилактику надлежащего исполнения обязанностей продавца, в частности, это возможность отказа потребителя от исполнения договора. Это не лишает возможности потребителя обратиться в суд за защитой нарушенного права.

Механизм по защите прав потребителей при дистанционной продаже товаров осуществляется посредством использования гражданско-правовых способов и форм, которые потребитель выбирает самостоятельно исходя из выгоды и удобства, данный аспект носит исключительно волевой характер.

Так, некоторые потребители предпочитают урегулирование спора с продавцом «мирным» путем, не обращаясь с иском в суд. Речь идет о предъявлении претензии продавцу. По этому вопросу Роспотребнадзор дает следующие разъяснения.

При покупке товаров на различных Интернет-сайтах, покупатель может направить претензию владельцу сайта – агрегатора (сайта, на котором не только размещена информация о товаре, но и происходит выбор и оформление заказа, а деньги за товар поступают на банковский счет такого посредника). Это можно сделать в случае предоставления потребителю недостоверной или неполной информации о товаре или продавце, цене товара, о стране изготовления (для импортных товаров), о сроках и условиях возврата, то есть информации, на основании которой потребителем был заключен договор купли продажи с продавцом, либо если товар не передан в срок⁷⁴, а также при нарушении сроков доставки товара.

Если сайт, где был приобретен товар, является официально действующим интернет-магазином, тогда вероятность разрешить спорный вопрос в досудебном

⁷³ Носкова Ю.Б. Гражданско-правовые способы защиты прав потребителей // Актуальные проблемы права и государства в XXI веке. 2018. Т. 10. № 2. С. 88-91.

⁷⁴ Информационное сообщение Роспотребнадзора от 8.11.2019 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://garant.ru>

порядке, направив претензию, достаточно высокая. Если же на сайте интернет-магазина не представлена вся необходимая информация, то лучше воздержаться от совершения покупок.

Претензия в обязательном порядке должна содержать конкретные сведения о наименовании продавца, о названии товара, цену и то, как был оплачен товар (наличными денежными средствами, безналичным расчётом или курьеру), дату, когда товар был доставлен, а также подробное описание проблемы. К претензии прилагаются копии документов, подтверждающих приобретение и оплату товара, а также распечатку описания товара с сайта продавца. Претензия может быть отправлена по почте, юристы также рекомендуют отправлять ее в письменной форме заказным письмом с уведомлением по адресу местонахождения продавца.

Игнорирование продавцом претензии, а также отказ в удовлетворении требований покупателя становится поводом к обращению в Роспотребнадзор или суд.

К иной возможности защитить свои права в рамках самозащиты можно выделить способ, при котором потребитель может оставлять отзывы о товарах ненадлежащего качества на сайтах интернет-магазинов. Добросовестные продавцы обязаны отреагировать на данные жалобы потребителя, предложить возможные варианты решения проблемных вопросов. Хотя на законодательном уровне это не регламентировано, но в силу того, что владельцам и продавцам, как правило, дорога репутация, многие идут на разрешение конфликтных ситуаций в досудебном порядке, своевременно реагируя на обращения потребителей. Данный аспект, мы считаем, также нуждается в закреплении и законодательном регулировании.

Кроме того, потребители при возникновении спорных вопросов, могут найти на них ответы на странице официального Интернет-сайта «Союз потребителей РФ»⁷⁵. Там находится форум, где потребители могут общаться,

⁷⁵ [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Союз потребителей РФ». Режим доступа: <http://souz.potreiteley.ru>

задавать вопросы, узнавать объявления и новости в области защиты прав потребителей.

Но так или иначе, юрисдикционная форма защиты, которая предполагает обращение потребителя за защитой нарушенных прав к компетентным государственным органам, остается приоритетной в кругу потребителей.

По мнению В. В. Богдана «возмещение убытков, взыскание неустойки и компенсация морального вреда реализуются в судебном порядке и являются в данном случае дополнительными способами защиты нарушенного права»⁷⁶.

В силу п. 2 ст. 17 Закона РФ «О защите прав потребителей» иски о защите прав потребителей могут быть предъявлены в суд по месту жительства или месту пребывания истца либо по месту заключения или исполнения договора, выбор между несколькими судами, которым подсудно дело, принадлежит истцу. Предусматривая в договоре соглашение о договорной подсудности, прямо реализуется право гражданина выбора между несколькими судами. Но данные положения не исключают возможности потребителя оспорить соглашение о договорной подсудности и обратиться в суд по месту своего жительства.

Одним из возможных способов защиты нарушенных прав является компенсация морального вреда. В силу прямого указания ст. 15 Закона о защите прав потребителей возможно применение компенсации морального вреда в качестве способа защиты прав потребителей. Для того, чтобы требования о компенсации морального вреда были удовлетворены, судом должен быть установлен факт нарушения продавцом прав потребителя⁷⁷.

Размер присуждаемой потребителю компенсации морального вреда в каждом конкретном случае должен определяться судом с учетом характера причиненных потребителю нравственных и физических страданий, исходя из принципа разумности и справедливости. Статья 1101 ГК РФ, гласит, что компенсация морального вреда осуществляется в денежной форме.

⁷⁶ Богдан В.В. Изменение и прекращение гражданского правоотношения как способ защиты прав потребителей: баланс интересов [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс.

⁷⁷ О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей: Постановление Пленума ВС РФ от 28.06.2012 № 17 // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации. 1995. № 3.

Так, например, истец Дубровин А., обратился в суд с требованием обязать ответчика в разумный срок произвести замену товара, так как он не соответствовал изображению, представленному на сайте интернет-магазина, и доставка была не произведена в установленный договором срок. А также, выплатить компенсацию морального вреда в размере 15 000 руб. Суд учел, что ответчиком ИП Фомичевой Е.Ю. было допущено нарушение прав потребителя (истца), а значит, заявленное требование о взыскании компенсации морального вреда является обоснованным. Но суд понизил заявленную истцом сумму 15 000 руб. до 500 руб., исходя из требований разумности, поскольку моральный вред истцом обоснован только нарушением закона «О защите прав потребителей» каких-либо негативных последствий поставка товара с нарушением в 13 дней для истца не повлекла⁷⁸.

Также при расторжении договора купли-продажи, заключенным дистанционным способом в судебном порядке, потребитель в исковом заявлении может потребовать не только прекращения правоотношения, но и взыскания убытков, неустойки. Потребителям обязательно должны быть возмещены убытки, причиненные некачественными товарами, а также выплата неустойки (пени) в случае, если производитель, продавец добровольно не возмещает убытки потребителю. Уведомление продавца о том, что в случае отказа в удовлетворении его требований в досудебном порядке, потребитель будет взыскивать неустойку, (пени) значительно увеличивает шансы досудебного урегулирования спора.

Законом РФ «О защите прав потребителей» предусмотрены следующие размеры неустойки:

- 0,5% (за просрочку передачи предварительно оплаченного товара),
- 1% (за просрочку удовлетворения требований потребителя при продаже некачественного товара),

⁷⁸ Решение городского суда г. Лесного Свердловской области от 28.11.2019 года по делу № 2-951/2019 [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Судебные и нормативные акты РФ». Режим доступа: <http://sudact.ru>.

- 3% (за просрочку выполнения работ и при просрочке удовлетворения требований потребителя при выполнении работ).

Договором может быть предусмотрен иной размер неустойки, однако он не может быть меньше предусмотренного законом.

Также законом предусмотрено освобождение потребителей от уплаты госпошлины при обращении в суд, а при размере иска, превышающего сумму 1000000 рублей, применяется льготный порядок расчета госпошлины⁷⁹. Указанное положение значительно облегчает возможность защиты прав рядовых потребителей при подаче исковых заявлений в суд.

Итак, анализируя основные способы, а также формы защиты прав потребителей при дистанционной продаже товаров, можно сделать вывод о том, что потребитель не ограничен в осуществлении права на защиту своих прав, он может сделать это любыми предусмотренными законом средствами.

3.3 Гражданско-правовая ответственность за нарушение прав потребителей в сфере дистанционной продажи товаров

Участники правоотношений, складывающихся в сфере торговли дистанционным способом, в зависимости от степени общественной опасности совершенного правонарушения могут быть привлечены к уголовной, административной и гражданско-правовой ответственности. Роспотребнадзор в рамках своей деятельности по выявлению и пресечению правонарушений в данной сфере широко применяет меры административной ответственности. Основное значение юридической ответственности заключается в обеспечении защиты прав и законных интересов участников правоотношений и стимулировании их к соблюдению действующего законодательства и к

⁷⁹ Мохоров Д.А., Демидов В.П., Мохорова А.Ю. Актуальные проблемы защиты прав потребителей. // Информационный бюллетень. Санкт-Петербург, 2016. 34 С.

надлежащему исполнению предоставленных им прав и возложенных на них обязанностей⁸⁰.

Так как в дистанционной продаже товаров центральной и основной фигурой выступает потребитель, которому противоправным поведением хозяйствующих субъектов причиняется вред, основным видом юридической ответственности является гражданско-правовая ответственность.

Как уже ранее было отмечено, в ГК РФ нет понятия «дистанционный договор», что указывает на то, что гражданско-правовые отношения при дистанционной торговле подчиняются общим положениям российского законодательства о розничной купле-продаже, включая и такой элемент, как гражданско-правовая ответственность. Как и в любых других отношениях покупателя с потребителем, ее характерной особенностью в рамках дистанционной торговли является «восстановление прежнего экономического положения лица, интересы которого были нарушены»⁸¹.

За нарушение прав потребителей предусмотрены следующие формы гражданско-правовой ответственности: возмещение убытков, уплата неустойки (штраф, пени), компенсация морального вреда, взыскание потребителем двойной суммы задатка (п. 2 ст. 381 ГК РФ), ответственность за неисполнение денежного обязательства (ст. 395 ГК РФ)⁸².

Одним из наиболее встречающихся видов нарушений прав потребителей при купле-продаже товара является нарушение условия о качестве. Требования к продавцу в случае продажи им товара ненадлежащего качества не зависят от способа продажи (дистанционно, по образцу или непосредственно) и сводятся к следующему:

– безвозмездное устранение недостатков товара или возмещение расходов на их исправление покупателем или третьим лицом;

⁸⁰ Пискунова Н.И., Целовальникова И.Ю. Общие положения о гражданско-правовой ответственности // Современный юрист. 2018. № 3. С. 62.

⁸¹ Фролов И.В. Правовое регулирование дистанционной торговли товарами и услугами в Российской Федерации. дис. канд. юрид. наук // М., 2018. С. 115.

⁸² Гафарова Г.Р. Защита прав потребителей: учебное пособие под ред. З.М. Фаткудинова. // М.: Юстицинформ, 2018. С.301.

- соразмерное уменьшение покупной цены;
- замена на товар аналогичной марки (модели, артикула) или на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены. Также предусмотрено право покупателя отказаться от исполнения договора и потребовать возврата уплаченной за товар суммы.

За нарушение сроков доставки и (или) передачи товара продавец несет ответственность в форме уплаты потребителю неустойки (пени) за каждый день просрочки. Неустойка в размере 1 процента за каждый день просрочки при продаже товара и 0,5 процента при нарушении установленного договором купли-продажи срока передачи предварительно оплаченного товара установлена законодательством в случае невыполнения продавцом законных требований потребителя. Неустойка ограничена ст. 23.1 Закона о защите прав потребителей, откуда следует, что общий размер взыскиваемой неустойки не может быть выше общей суммы предварительной оплаты товара.

Как указано в п. 34 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 28 июня 2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей», снижение неустойки по статье 333 ГК РФ возможно в исключительных случаях и по заявлению ответчика с обязательным указанием мотивов, по которым суд полагает, что уменьшение размера неустойки является допустимым⁸³.

Несмотря на очевидные попытки Верховного суда РФ не допустить существенного снижения взыскиваемой неустойки, что снижает эффективность рассматриваемого способа защиты прав потребителей, судебные органы часто прибегают к снижению размера неустойки, в итоге формируется судебная практика существенным образом отличающаяся в зависимости от субъекта РФ.

Так, по делу №33-4659/2019 Г. дистанционным способом приобрел компьютер Apple iMac. После получения товара, истец Г. заметил, что товар передан не в полной комплектации, на корпусе имеются многочисленные

⁸³ О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей: Постановление Пленума ВС РФ от 28.06.2012 № 17 // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации. 1995. № 3.

царапины и потертости. Добровольно продавец отказался возратить уплаченные за товар денежные средства. Суд снизил неустойки за период с 23.11.2018 по 31.12.2018 в размере 29 246,10 руб. до 8 000, 00 руб⁸⁴.

В данном случае решением проблемы видится в законодательном закреплении предельной суммы, подлежащей взысканию суммы неустойки, предусмотренной п.5 ст. 13 Закона о защите прав потребителей, в пределах стоимости товара или суммы предварительной оплаты товара, с указанием на запрет снижения размера рассчитанной подобным образом неустойки.

Важную роль среди всех форм гражданско-правовой ответственности для потребителя играет возмещение убытков. В соответствии с разъяснениями Пленума Верховного Суда РФ убытки, причиненные потребителю в связи с нарушением изготовителем (исполнителем, продавцом, уполномоченной организацией или уполномоченным индивидуальным предпринимателем, импортером) его прав, подлежат возмещению в полном объеме, кроме случаев, когда законом установлен ограниченный размер ответственности (п. 31 Постановления Пленума Верховного Суда РФ «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей»). При этом следует учесть, что убытки возмещаются сверх неустойки (пени), установленной законом или договором. Уплата неустойки и возмещение убытков не освобождают лицо, нарушившее право потребителя, от выполнения в натуре возложенных на него обязательств перед потребителем (п. п. 2, 3 ст. 13 Закона о защите прав потребителей).

Покупатель имеет возможность воспользоваться правом предъявления претензии продавцу тогда, когда при использовании приобретенного товара ему был нанесен вред. Причиненный потребителю вред от некачественных товаров должен быть возмещен, в случае если он наступил в пределах, предусмотренными нормативно-техническими документами, сроков службы товара, а если они отсутствуют, то в течение 10 лет с момента его изготовления. Этот пункт

⁸⁴ Апелляционное определение Воронежского областного суда от 26 сентября 2019 по делу № 33-4659/2019 [Электронный ресурс] // СПС Консультант плюс.

полностью отвечает признанному на международном уровне акту по охране прав потребителя (ст. 11 Директивы 85/374/ЕЭС от 25 июля 1985 г.⁸⁵). Кроме того, специальный случай ответственности за причиненный личности или имуществу потребителя вред – это положение, которое закрепляет обязанность возмещения ему вреда, возникшего из-за использования материалов, оборудования, приборов, иных приспособлений и средств, не обеспечивающих безопасность жизни и здоровья, а также сохранность имущества потребителя. Такая ответственность имеет место в том случае, если изготовитель, продавец и исполнитель не докажут, что вред возник вследствие нарушения потребителем правил пользования или хранения товаров.

По правилам ст. 1095-1098 ГК РФ, возмещению подлежит только вред, возникший либо вследствие конструктивных, рецептурных или иных недостатков товара, работы или услуги, либо вследствие недостоверной или недостаточной информации о товаре (работе, услуге). При отсутствии причинно-следственной связи между указанными обстоятельствами и возникшим вредом вред возмещается на общих основаниях.

В случае нанесения вреда из-за недостатков товара или предоставления неполной или недостоверной информации о нем, ответственным лицом выступает изготовитель товара или же продавец. Потребитель может предъявить требование о возмещении вреда, причиненного вследствие недостатков товара, как к продавцу, так и к изготовителю товара. Таким образом, закон допускает конкуренцию договорного и деликтного исков, оставляя право выбора за потребителем. Вред, причиненный товаром ненадлежащего качества по истечении гарантийного срока, должен возмещаться изготовителем. Если же вред

⁸⁵ Директива Совета Европейских Сообществ от 25 июля 1985 г. N 85/374/ЕЭС «О сближении законов, регламентов и административных положений государств-членов, применяемых к ответственности за неисправную продукцию [Электронный ресурс] // Информационно-правовая система Гарант. Режим доступа: <https://base.garant.ru>.

был причинен вследствие недостатков в работе или услуге, то он всегда возмещается исполнителем⁸⁶.

Анализ норм об имущественной ответственности за вред, причиненный вследствие недостатков товара (работы, услуги), содержащихся в ГК РФ и ст. 14 Закона о защите прав потребителей, показывает, что формулировки п. 1-3 и 5 ст. 14 Закона о защите прав потребителей полностью соответствуют ст. 1095-1098 ГК РФ, посвященным возмещению вреда, причиненного вследствие недостатков товаров, работ или услуг.

Особого внимания заслуживает конструкция ответственности за выпуск и реализацию товаров и услуг, опасных для жизни и здоровья людей. Гражданско-правовая ответственность за выпуск и реализацию таких товаров и услуг должна устанавливаться так же, как и ответственность за некачественную продукцию, с той лишь разницей, что субъект ответственности за ущерб, причиненный товарами и услугами, опасными для жизни и здоровья людей, не может быть освобожден от нее, даже если уровень научных и технических знаний не позволял обнаружить их опасные свойства. Другими словами, эту ответственность следует определять как абсолютную. Особенностью такого рода конструкции ответственности является то, что она возникает при появлении опасных свойств в любой момент эксплуатации соответствующего изделия, а в отдельных случаях и после того, как вещь полностью потреблена (например, медикаменты, средства косметики, бытовой химии и т.п.).

Компенсация морального вреда предусмотрена ст. 15 Закона о защите прав потребителей. Можно выделить следующие особенности компенсации морального вреда по делам о защите прав потребителей:

– моральный вред, причиненный потребителю вследствие нарушения его прав, подлежит компенсации причинителем вреда при наличии его вины;

⁸⁶ Шерстобитов А.Е. Ответственность за вред, причиненный потребителям недостатками товаров (работ, услуг) // Арбитраж и регулирование международного коммерческого оборота: российские, иностранные и трансграничные подходы. Москва, 2019. С. 630.

- моральный вред компенсируется независимо от возмещения имущественного вреда и понесенных убытков;
- моральный вред компенсируется в денежной форме;
- размер компенсации морального вреда определяется судом и основывается на характере и объеме причиненных потребителю нравственных и физических страданий.
- исковая давность не распространяется на требования потребителя о компенсации морального вреда.

Анализ судебной практики свидетельствует, что по делам о защите прав потребителей, в том числе в сфере дистанционных продаж, моральный вред компенсируется в среднем в размере 3000-5000 руб⁸⁷.

Таким образом, основанием гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителей в сфере дистанционной продажи товаров является наличие состава правонарушения в действиях продавца. В целом гражданско-правовая ответственность за нарушение прав потребителей устанавливается в Законе о защите прав потребителей. К наиболее часто используемым формам гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителей законодатель относит возмещение убытков, уплату неустойки и компенсацию морального вреда.

⁸⁷ Апелляционное определение Московского городского суда от 14.12.2018 по делу № 33-54053/2018 // [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании исследования защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом в современный период можно сделать следующие основные выводы.

Согласно международному определению понятия дистанционного способа продажи товаров, дистанционной признается любая торговля, которая осуществляется вне стационарных мест торговли, при условии, что у потребителя нет возможности ознакомиться ни с самим товаром, ни с образцом товара до того, как товар будет на руках у потребителя.

Правовое регулирование продажи товара дистанционным способом в России в настоящее время регламентировано следующими нормативными правовыми актами: Закон «О защите прав потребителей», Гражданский кодекс РФ, Федеральный закон «О рекламе», Постановление Правительства РФ от 27 сентября 2007 г. № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом». В зависимости от вида товара, реализуемого посредством дистанционной торговли, к возникающим отношениям могут применяться нормы других нормативных правовых актов.

Предметом договора купли-продажи дистанционным способом являются товары, свободно находящиеся в обороте, приобретаемые для личного потребления, не связанного с осуществлением предпринимательской деятельности, за исключением товаров, реализация которых не допускается дистанционно в соответствии с законодательством Российской Федерации.

В работе были выявлены следующие особенности договора дистанционной купли-продажи:

- договор дистанционной купли-продажи является не самостоятельным договором, а разновидностью договора купли-продажи;
- отсутствие прямого контакта покупателя с товаром либо его образцом до и в момент заключения договора;

- исследуемый договор заключается вне стационарных мест торговли, а именно – по месту нахождения покупателя;
- между заключением договора и его исполнением проходит определенный промежуток времени;
- данный вид договора характеризуется особым субъектным составом, поскольку, как правило, передача покупателю товара производится через посредника, а не самим продавцом.

За совершение правонарушений участники правоотношений в сфере дистанционной торговли могут быть привлечены к уголовной, административной и гражданско-правовой ответственности. За нарушение прав потребителей предусмотрены следующие формы гражданско-правовой ответственности: возмещение убытков, уплата неустойки (штраф, пени), компенсация морального вреда, взыскание процентов за пользование денежными средствами.

Таким образом, продажа товаров дистанционным способом является достаточно рискованным и сложным способом приобретения товаров.

Успешная защита прав потребителей возможна в случае детальной проработки вопросов, которые касаются всех аспектов отношений сторон, происходящих при дистанционной торговле. Прежде всего, необходимо систематизировать и уточнить законодательство в области дистанционной продажи товаров в целях закрепления прав и обязанностей, как продавца, так и потребителя, а также урегулировать в законодательном порядке ряд проблемных аспектов. В этой связи предлагается:

1. прежде всего, в законодательство необходимо ввести понятие интернет-магазина, которое будет охватывать все возможные варианты продажи товаров дистанционным образом через Интернет. Так, например, предлагается ввести в Гражданский Кодекс статью 497.1 под названием «Особенности деятельности продавцов товаров в интернет-магазинах», в первой части которой определить следующее понятие интернет-магазина: интернет-магазином признается электронная площадка, выход на которую возможен с помощью сети Интернет, к которым относится конкретный сайт, страница в социальной сети,

группа в различного рода мессенджеров, в которой происходит купля-продажа товаров от единого продавца с целью получения коммерческой выгоды и другие способы торговли с использованием Интернета на постоянной основе;

2. установить требования для Интернет-сайтов указывать актуальные сведения о наименовании, ИНН, ОГРН, контактные данные продавца. В этой связи в пункт второй предлагаемой статьи 497.1 необходимо закрепить требования к деятельности продавца. В данной статье должно быть предъявлено требование к оформлению площадки, на которой размещен магазин дистанционной торговли. Одним из требований к ней должно быть отражение на интернет-площадке сведений о наименовании, ИНН, ОГРН, контактных данных продавца;

3. за размещение в сети Интернет обезличенных и несанкционированных интернет-магазинов, а также за отсутствие на сайте созданного интернет-магазина контактной информации и обязательных реквизитов о продавце, в КоАП РФ следует предусмотреть административную ответственность. Первое обозначенное предложение не приведет к должным результатам, если в законодательстве Российской Федерации не будет закреплена ответственность за нарушение. Представляется, что такого рода ответственность должна быть административной и закреплена в Кодексе об административных правонарушениях и наказываться штрафом юридического лица или индивидуального предпринимателя в размере не менее 10 тысяч рублей. Ввиду того, что в настоящее время ведется подготовка принятия нового Кодекса, конкретный раздел размещения такого рода ответственности можно будет выявить уже после его принятия;

4. необходимо определить понятие «разумный срок» доставки товара, а также установить предельные временные границы исполнения заказа. Законодательство не содержит легального определения понятия «разумный срок». В этой связи в третий пункт предлагаемой статьи 497.1 Гражданского Кодекса РФ целесообразно внести разумный срок для торговли дистанционным способом. Также, данная норма может содержаться и в Правилах продажи товаров

дистанционным способом, поскольку указание на «разумный срок» дано в пункте 23 указанных Правил. Представляется, что максимальный срок доставки товара от продавца потребителю при условии надлежащего выполнения им своих обязанностей (предоставление своих данных, адреса, оплата товара при необходимости и т.д.), должен определяться сроком не более месяца. При этом срок передачи товара перевозчику для доставки в другой город или регион не должен превышать одну неделю с момента, как было достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора;

5. рассмотреть возможность создания торгового реестра интернет-магазинов, в котором будут содержаться актуальные сведения о наименовании, адресе, ОГРН, контактных телефонах и ответственных лицах продавцов. Такой реестр должны вести налоговые органы в единой системе при регистрации юридических лиц с видом деятельности по дистанционной торговле и через интернет-магазин. Реестр интернет-магазинов должен быть предоставлен на сайте ФНС РФ для легкого доступа к нему потребителей, что обеспечит им возможность защиты своих прав, в том числе защиты от мошеннических действий недобросовестных интернет-магазинов;

6. в целях исключения необоснованного снижения суммы неустойки по спорам о защите прав потребителей, законодательно закрепить предельную сумму, подлежащую взысканию суммы неустойки, предусмотренной п.5 ст. 13 Закона о защите прав потребителей, в пределах стоимости товара или суммы предварительной оплаты товара, с указанием на запрет снижения размера рассчитанной подобным образом неустойки. С этой целью необходимо внести соответствующие изменения в закон «О защите прав потребителей», а именно ввести в статью 13 п. 5.1, где закрепить правило о максимальной неустойке по спорам о защите прав потребителей в связи с куплей-продажей товаров дистанционным способом в пределах стоимости товара или его предварительной оплаты.

Кроме того, является актуальной необходимость повышения цифровой грамотности потребителей, для того чтобы потребители могли пользоваться всем

спектром интернет-технологий, умели находить в сети Интернет информацию о товарах (работах, услугах), правильно ее оценивали и делали осознанный выбор при совершении покупок в интернет-магазине, а также владели навыками защиты от интернет-угроз.

Подводя итоги, следует отметить, что в законодательстве, регулирующем дистанционную продажу товаров, существует ряд проблем и пробелов. Решение данных проблем, по нашему мнению, должно осуществляться путем внесения изменений в законодательство, а также с помощью повышения уровня государственного надзора в данной сфере. Также следует сказать, что перечень рассмотренных проблем в сфере дистанционной продажи не является исчерпывающим и требует дальнейшего научного исследования.

Остается надеяться, что все предложенные идеи по совершенствованию законодательства о защите прав потребителей, которые касаются дистанционного способа продажи товаров, в ближайшем будущем будут включены в законопроекты и реализованы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

I. Нормативные правовые акты

1. Европейская конвенция о Международной почтовой и дистанционной торговле: Текст Конвенции разработан и одобрен правлением Европейской Ассоциации Дистанционной и Почтовой Торговли ЕМОТА на Ежегодном Общем Собрании членов Ассоциации от 27.03.2002 // Париж. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.emota.ru>.

2. Директива Совета Европейских Сообществ от 25 июля 1985 г. N 85/374/ЕЭС «О сближении законов, регламентов и административных положений государств-членов, применяемых к ответственности за неисправную продукцию [Электронный ресурс] // Информационно-правовая система Гарант. Режим доступа: <https://base.garant.ru>.

3. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года: с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 3-.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ // Собрание Законодательства РФ. – 2014. – № 31. – Ст. 4398 (с послед. изм.)

4. Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Часть вторая: Федеральный закон от 26 января 1996 № 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019) // Собрание законодательства РФ. 1996. № 5.

5. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях: Федеральный закон от 30 декабря 2001 №195-ФЗ (ред. от 01.04.2020) // Собрание законодательства РФ. 2002. № 1 (ч. 1).

6. О защите прав потребителей: Федеральный закон от 7 февраля 1992. № 2300-1-ФЗ // Собрание Законодательства РФ, 2007 №44. Ст. 5282;

7. О драгоценных металлах и драгоценных камнях: Федеральный закон от 26 марта 1998 №41-ФЗ (ред. от 02.12.2019) // Собрание законодательства РФ. 1998. № 13. Ст. 1463.

8. О рекламе: Федеральный закон от 13 марта 2006 №38-ФЗ (ред. от 02.08.2019) // Собрание законодательства РФ. 2006. № 12. Ст. 1232.

9. Об обращении лекарственных средств: Федеральный закон от 12 апреля 2010 № 61-ФЗ (ред. от 03.04.2020) // Собрание Законодательства РФ. 2010. № 16. Ст. 1815.

10. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ // Собрание Законодательства РФ, 2006. №31.

11. О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации: Федеральный закон от 22 мая 2003 № 54-ФЗ (последняя редакция) // Собрание Законодательства РФ. № 12.

12. Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака: Федеральный Закон от 23.02.2013 N 15-ФЗ [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

13. О внесении изменений в статью 15.1 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств»: Федеральный закон от 03 апреля 2020 № 105-ФЗ // Российская газета. 2020. № 34.

14. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы: Указ Президента РФ от 09.05.2017. № 203. // Собрание Законодательства РФ. 2017. № 20.

15. О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена: Указ Президента РФ от 22.02.1992. №179 (ред. от 17.03.2020) [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Российская газета» Режим доступа: <https://rg.ru.>

16. О розничной торговле лекарственными препаратами для медицинского применения: Указ Президента РФ от 17 марта 2020 № 187 // Собрание Законодательства РФ. 2020. № 12.

17. Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом: Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 (ред. от 30.11.2019) // Собрание Законодательства РФ. 2007. № 41.

18. Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации: Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 № 55 (ред. от 30.05.2018) // Собрание Законодательства РФ. 1996. № 3.

19. О пресечении правонарушений при дистанционном способе продажи товара: Письмо Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека от 8.04.2005 № 0100/2569-05-32 // Журнал «Документы и комментарии», 2005. №2.

20. О применении ККТ и выдаче кассового чека (БСО) при осуществлении ИП расчетов в сети Интернет: Письмо Минфина от 19.04.2018 № 03-01-15/26522 // Журнал «Время бухгалтера», 2020. № 3.

21. ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения: утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 № 582-ст (ред. от 29.03.2016). // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

II. Специальная литература

22. Аблятипова Н.А. Проблемы дистанционного способа розничной купли-продажи в контексте права потребителя на отказ от товара надлежащего качества / Аблятипова Н.А. // Журнал «Ученые записки». – 2019 г. – 70 с.

23. Абрамова Е.Н., Правовая защита потребителей в цифровом пространстве: комментарий некоторых положений закона о защите прав

потребителей. / Абрамова Е.Н. // Журнал молодой ученый. – Москва, 2018 г. – 167 с.

24. Авдейчикова Е.В. Анализ понятия «удаленная торговля» и ее особенности / Авдейчикова Е.В. // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2013. – № 1. 109 с.

25. Антонов В. В., Антонова Н. А., Толпыгин Г. А. Потребительское право и защита прав потребителей. // Журнал молодой ученый. – Москва, 2003. – С. 110.

26. Белова О.А. Сравнительный анализ договора продажи по образцам и дистанционной купли – продажи // Сборник научных статей по итогам Национальной научно-практической конференции. – 2019 г. 14 с.

27. Белова О.А. Правовая характеристика существенных условий договора дистанционной купли-продажи, определяющих его место в системе договоров купли-продажи // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2015. № 1. 112 с.

28. Богдан В.В. Изменение и прекращение гражданского правоотношения как способ защиты прав потребителей: баланс интересов // Мы и право: научно-практический журнал, 2018. – Москва: Эдиториал УРСС, 2018. – С. 96–128.

29. Борисов А. Б. Комментарий к Гражданскому кодексу РФ части первой, второй, третьей, четвертой. // М.: Книжный мир, 2016. – 1088 с.

30. Ванин Д.Н. Проблемы защиты прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров // Тенденции развития науки и образования. 2018. № 43-1. – 28 с.

31. Витрянский В.В. Договор купли-продажи и его отдельные виды. // Москва: Статут, 2001. – 284 с.

32. Гафарова Г.Р. Защита прав потребителей: учебное пособие / под ред. З.М. Фаткудинова. – Москва: Юстицинформ, 2018. – 438 с.

33. Глушенкова Е.Б., Инновации в сфере интернет-торговли и эффективность их применения в деятельности интернет-магазинов // Синергия Наук, 2017. № 12. – С. 97.

34. Гущина Д.А. Правовые особенности заключения договора в электронной форме // Сборник статей II Международного научно-практического конкурса. В 2-х частях, 2017. – С. 162-167.

35. Доля А.А., Одинцова Т.М. Интернет-торговля: вопросы действующего законодательства и комплекс интернет-маркетинга // Актуальные вопросы учета и управления в условиях информационной экономики. – 2019. – № 1. – 263 с.

36. Дмитриев М.А. К вопросу о способах защиты прав покупателя по договору розничной купли-продажи // – Москва: Юрист, 2013. № 9. – С. 19.

37. Ермолина И.В., Геготаулина Л.А. Правовые проблемы заключения и исполнения договоров дистанционной купли-продажи // Наука и инновации - современные концепции: Сборник научных статей по итогам работы Международного научного форума / отв. ред. Д.Р. Хисматуллин. Уфа, 2018. – С. 150-158.

38. Ефремов М.А., Калуцкий И.В., Таныгин М.О., Рудак И.И. Безопасность персональных данных, социальные сети и реклама в глобальной сети Интернет // Известия Юго-Западного государственного университета, 2017. Т. 7. № 1 (22). – С. 27-33.

39. Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2018 году: Государственный доклад. М.: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 2019. – 324 с.

40. Иванов Ф.Д., Дуболазов В.А. Правовые и организационно-экономические проблемы агрегаторов // Материалы научной конференции с международным участием. – Москва, 2019. – С. 221-224.

41. Калиева О.М., Орехова А.Ю. История и основные тенденции развития Интернет-торговли // Промышленность: новые экономические реалии и перспективы развития сборник статей I Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием): в 2-х частях. Оренбург: Агентство Пресса, 2017. – С. 189-197.

42. Клечиков А.В. Торговые агрегаторы и развитие цифровой экономики в России: нормативные и институциональные проблемы / Клечиков А.В. //

International Journal of Open Information Technologies. – Москва, 2018 г. № 5. – С. 33-38.

43. Кобелев О.А. Электронная коммерция: учебное пособие / под ред. Пирогов С.В. Москва: Дашков и К, 2017. – 684 с.

44. Ликовская В.В. Вопросы защиты персональных данных при осуществлении электронной торговли // материалы Третьей Международной научно-практической конференции. 2018. – С. 257-261.

45. Лисица Е.О. Проблемы защиты прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2018. – № 9. – С. 68.

46. Маслова А. Проблема определения предмета дистанционной купли-продажи товаров // Маслова А. / Юстиция. – 2019. – № 1. – С. 36-45.

47. Монахов А.Б. Право потребителей как социально-экономическая и юридическая категория // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Гуманитарные и общественные науки. – 2011. № 3. – С. 158.

48. Мохоров Д.А., Демидов В.П., Мохорова А.Ю. Актуальные проблемы защиты прав потребителей // Научно-практическое пособие. Санкт-Петербург, 2016. – С. 18.

49. Носкова Ю.Б. Гражданско-правовые способы защиты прав потребителей / Носкова Ю.Б. // Актуальные проблемы права и государства в XXI веке. – 2018. – Т. 10. № 2. – С. 88-91.

50. Пискунова Н.И., Целовальникова И.Ю. Общие положения о гражданско-правовой ответственности / Пискунова Н.И., Целовальникова И.Ю. / Современный юрист. – 2018. – № 3. – С. 60-65.

51. Саинская Л.А. Проблемы защиты прав потребителей при дистанционной торговле через сеть «Интернет» // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 20. – С. 129.

52. Соловьев К.В., Чекмарев Г.Ф. Дистанционная торговля как объект правового регулирования // Вестник Международного института экономики и права. – 2016. – № 3 (24). – С. 119-126.

53. Суханов Е. А., Гражданское право. Обязательственное право // 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Волтерс Клувер. – 2008. – 788 с.

54. Тарасенкова А.Н. Информационное право: возрастная маркировка, цифровая безопасность и другие вопросы // Редакция «Российской газеты», 2019. Вып. 20. – 176 с.

55. Телятникова Т.В., Шевченко Н.В. Эволюция интернет-торговли в России // Социально-экономические проблемы и перспективы развития трудовых отношений в инновационной экономике: Материалы Международной научно-практической конференции. Омск: Омский государственный технический университет, 2019. – С. 108-113.

56. Тиунова Н.В. Некоторые проблемные аспекты осуществления государственного контроля и привлечения к административной ответственности за нарушения прав покупателей не санкционированными и обезличенными интернет-магазинами в России // Пермский юридический альманах. – 2019. – № 2. – 169 с.

57. Толоков С.А. Особенности договора купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом // Материалы 6-ой международной научной студенческой конференции. – Тула, 2019. – С. 507-518

58. Фролов И.В. Правовое регулирование дистанционной торговли товарами и услугами в Российской Федерации: дис. канд. юрид. наук: 12.09.2018 г. / Фролов И.В. – Москва, 2018. – 166 с.

59. Чульчинова Т.С. Определение момента заключения договора продажи товаров дистанционным способом // Журнал Юридический факт. – 2019. – № 58. – С. 14-16.

60. Хисматуллин О.Ю. Развитие правового регулирования продажи товаров дистанционным способом в России // Аграрная наука в инновационном развитии АПК: материалы международной научно-практической конференции в рамках XXVI Международной специализированной выставки «Агрокомплекс-2016». Часть III. – Уфа: Башкирский ГАУ, 2016. – С.387-394.

61. Цитович П.П. Учебник торгового права. // Киев: М., 2009. – 165 с.

62. Шерстобитов А.Е. Ответственность за вред, причиненный потребителям недостатками товаров (работ, услуг) // Арбитраж и регулирование международного коммерческого оборота: российские, иностранные и трансграничные подходы. /сост. и науч. ред. Н.Г. Маркалова, А.И. Муранов. – Москва, 2019. – С. 622-632.

63. Шелихов В.В., Громова О.О. Дистанционная торговля в России: история, развитие, статистика. // М., 2011. – С. 104-105.

64. Шершеневич, Г.Ф. Курс гражданского права // М., 2001; Т.2. – 704 с.

65. Ширвиндт А.М. Ограничение свободы договора в целях защиты прав потребителей в российском и европейском частном праве // Вестник гражданского права. – 2013. – № 1. – С. 50.

66. Щетинин А.М. К вопросу о некоторых особенностях гражданско-правового регулирования продажи товаров дистанционным способом // Наука и образование сегодня. – 2016. – № 7. – С. 29-31.

67. Эрделевский А.М. О толковании закона // Правовой журнал, 2018. – 15 С.

68. Юркова Т.М. Некоторые проблемы развития Интернет-торговли в России // Труды международного симпозиума Надежность и качество, 2007. Т. 2. – С. 220.

III. Судебная практика

69. О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей: Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 г. № 17 // Российская газета, 2012 №156;

70. Об оставлении без изменения решения Верховного Суда РФ от 04.10.2011 ГКПИ11-994, которым было отказано в удовлетворении заявления о признании частично недействующими пунктов 5, 20 Правил продажи товаров дистанционным способом, утв. Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007:

Определение Верховного Суда РФ от 08.12.2011 г. №КАС11-675 [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Российская газета». – Режим доступа: <https://rg.ru>.

71. Об отказе в удовлетворении заявления о признании частично недействующими п. 5, 20 Правил продажи товаров дистанционным способом, утв. Пост. Правительства РФ от 27.09.2007: Решение Верховного Суда РФ от 04.10.2011 № 612. [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

72. Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 02.12.2016 г. по делу № А76-5846/2016 [Электронный ресурс] // Картоoteca арбитражных дел. Режим доступа: <http://kad.arbitr.ru/>

73. Апелляционное определение Санкт-Петербургского городского суда от 25 октября 2018 № 33-18898/2018 по делу № 2-433/2018 [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Судебные и нормативные акты РФ». – Режим доступа: <http://sudact.ru/>

74. Апелляционное определение Воронежского областного суда от 26 сентября 2019 по делу № 33-4659/2019 [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Судебные и нормативные акты РФ». – Режим доступа: <http://sudact.ru/>

75. Апелляционное определение Московского городского суда от 14.12.2018 по делу № 33-54053/2018 [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

76. Решение Октябрьского районного суда г. Улан-Удэ от 13.07.2018 г. по делу № 2-2940/2018 [Электронный ресурс] // РосПравосудие – Режим доступа: <https://rospravosudie.com/>

77. Решение Калининского районного суда г. Уфы (Республика Башкортостан) от 13.05.2019 г. по делу № 2-1016/2019 [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Судебные и нормативные акты РФ». – Режим доступа: [http://sudact.ru.](http://sudact.ru/)

78. Решение Дзержинского районного суда г. Волгограда от 29.08.2019 г. по делу № 2А-5008/2019 [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Судебные и нормативные акты РФ». – Режим доступа: [http://sudact.ru.](http://sudact.ru/)

79. Решение Железнодорожного районного суда г. Новосибирска от 26.02.2019 г. по делу № 2А-803/2019 [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Судебные и нормативные акты РФ». Режим доступа: <http://sudact.ru>.

80. Решение городского суда г. Лесного Свердловской области от 28.11.2019 года по делу № 2-951/2019 [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Судебные и нормативные акты РФ». – Режим доступа: <http://sudact.ru>.

IV. Электронные ресурсы

81. Ozon.ru – Интернет-магазин [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.ozon.ru>

82. Wildberries – международный Интернет-магазин [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.wildberries.ru>

83. Apteka.ru – сервис заказа лекарств в аптеку [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.apteka.ru>

84. Официальный сайт «Союз потребителей РФ» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://souz.potreiteley.ru>

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Юридический
институт
Гражданского права
кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

Н. Ф. Качур

Подпись, инициалы, фамилия

« 05 » 07 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

40.03.01 – Юриспруденция

Защита прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом

Научный руководитель Н. Ф. Качур
5.07.20 подпись, дата

ст. преподаватель
должность, ученая
степень

Ю.Ц.Машарова
инициалы, фамилия

Выпускник

Н. Ф. Качур 5.07.20
подпись, дата

Д.М. Урбан
инициалы, фамилия

Консультант

Н. Ф. Качур 05.07.20 доцент, к.ю.н.
подпись, дата должность, ученая степень

Н.Ф. Качур
инициалы, фамилия

Красноярск 2020