

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Юридический институт
Институт

Гражданского права
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
И.о.заведующий кафедрой

В.П.Богданов

инициалы, фамилия

« 15 » 06 2017г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

40.03.01 – Юриспруденция

Договор купли – продажи, заключенный дистанционным способом

Руководитель

В.П.Богданов
подпись, дата

к. ю. н., доцент кафедры

должность, ученая степень

В.П. Богданов

инициалы, фамилия

Выпускник

Павлова
подпись, дата

О. А. Павлова

инициалы, фамилия

Красноярск 2017.

Содержание

Введение	3
1. Общие положения о договоре купли – продажи, заключенного дистанционным способом	8
1.1. История возникновения и развития дистанционного способа продажи... 8	
1.2. Понятие и правовая природа договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом	14
2. Элементы договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом	25
2.1. Предмет и стороны договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом	25
2.2. Форма и содержание договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом	38
3. Заключение, изменение и расторжение договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом	45
3.1. Заключение договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом	45
3.2. Изменение и расторжение договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом	57
Заключение	66
Список использованных источников	74

Введение

Экономические отношения – одна из важнейших сфер жизни общества, которая активно развивается. Появление непривычных способов заключения договора купли – продажи прежде всего обусловлено информационным, коммуникационным и техническим прогрессами, когда людям стали доступны новые возможности для предпринимательской и иной экономической деятельности. Область дистанционных продаж активно развивается в России в последние годы, получая всё большее распространение, поэтому регулирование данной сферы несовершенно и требует законодательной доработки. Представляется, что с годами способ заключения договора с помощью дистанционных средств будет распространен повсеместно, прежде всего такой эффект будет достигнут за счет интернет – магазинов. Организация такой платформы продаж удобна и выгодна и предпринимателю и потребителю. Имеющийся европейский опыт регулирования сферы дистанционной торговли применить к российскому законодательству в полной мере невозможно, так как развитие торговли в каждой стране идет своим путём, государства устанавливают различные пределы реализации торгового потенциала.

Главная особенность указанного способа заключения договора купли – продажи – наличие «расстояния» между сторонами договора; информация доходит до покупателя с помощью фотографий, буклетов, средств связи, сети «интернет» и т.д. Реализация товаров дистанционно означает, что покупатель не полностью ознакомился с товаром: не было тактильных ощущений, и не была оценена сама работа товара¹.

Потребность в применении и распространении дистанционной торговли возрастает в связи с наличием таких объективных причин, как: большая территория с низкой плотностью населения, где не налажено производство товаров, которые смогли бы удовлетворить любого потребителя, как следствие

¹ Автор Александр. Интернет торговля: розница или дистанционка? [Электронный ресурс]: от 20.03.2015 // Юрист РФ - Режим доступа: <http://juristrf.ru/>;

невозможность удовлетворения потребительского спроса с помощью традиционной розничной торговли. В подтверждение указанных причин следует обратить внимание на статистику динамики роста дистанционных продаж. К примеру, в 2008 году объем продаж товаров, реализуемых через сеть «Интернет» в первый раз превысил объем проданной продукции посредством традиционной розничной торговли и составил 1,4% от всего оборота розничной торговли. Стремительный рост происходит и в 2011 году: 7% против 1,4% в 2008 году. Очевиден экономический эффект, который оказывает развитие современных телекоммуникационных технологий, в частности, появления интернет – магазинов, представляющих в большинстве своем предприятия среднего и малого бизнеса².

Учитывая, что такая форма продажи активно распространяется на территории РФ, в Федеральный Закон РФ «О защите прав потребителей» Федеральным законом от 21 декабря 2005 года №171-ФЗ введена ст. 26.1 «Дистанционный способ продажи товаров»³, которая призвана упорядочить соответствующие отношения между продавцами и потребителями, а также обеспечить защиту слабой стороны в таком правоотношении. Возникшая популярность связана с возможностью сэкономить или же приобрести товар, который не реализуется посредством традиционной розничной купли – продажи на территории нашей страны.

Дистанционная продажа имеет свои отличительные черты, поэтому возникла необходимость дополнительной регламентации указанной сферы. На практике всё чаще возникают ситуации, при которых решение не очевидно, они требуют комплексного анализа целого блока норм. В частности, возникающие споры в области защиты прав потребителей, имеют неодинаковые правовые последствия. Высказываются мнения о небрежности законодателя при

2 Зак А.Ю. Нарушения прав потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной продажи в Интернете и способы их преодоления // Журнал «Современное право», №8, 2010, С. 78;

3 О защите прав потребителей: Федеральный Закон от 7.02.1992 № 2300-1-ФЗ // СЗ РФ, 2007. №44. Ст.5282.

составлении нормы о дистанционном заключении договора купли – продажи. Тем не менее покупатели всё чаще прибегают к нему.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы обуславливается значительным ростом заключения договоров дистанционным способом и заключается в необходимости разработки рекомендаций по совершенствованию регулирования в исследуемой области.

Объектом работы является договор купли – продажи, заключенный дистанционным способом; соответственно предмет – особенности такого договора, отличительные черты возникающих правоотношений.

Целью работы является определение правовой природы исследуемого явления, рассмотрение правовой регламентации договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом; выявление актуальных проблем, возникающих при его заключении, исполнении; а также поиск путей совершенствования правового регулирования данной сферы.

Для достижения указанной цели поставлены следующие задачи:

- 1) Обосновать правовую природу договора дистанционной розничной купли – продажи;
- 2) Рассмотреть историю развития дистанционного способа продажи;
- 3) Сформулировать понятие объекта исследования, выделить признаки и элементы дистанционного договора купли – продажи;
- 4) Исследовать механизм заключения договора, раскрыть его содержание;
- 5) Определить основания и порядок изменения и расторжения договора;
- 6) Рассмотреть пути решения выявленных проблем.

Правовое регулирование будет осуществляться эффективно, если на законодательном уровне восполнить существующие на сегодняшний день проблемы, которые будут выявлены далее при решении поставленных задач.

Предложенные пути решения могут обезопасить от рисков как продавцов, так и покупателей.

Для реализации поставленных задач будет осуществляться подбор и рассмотрения необходимых для исследования источников, анализ особенностей правового регулирования договора купли - продажи, заключенного дистанционным способом, в отношении российского законодательства.

Общие положения о договорах были освещены в трудах таких авторов, как М. И. Брагинский, В. В. Витрянский, И. Б. Новицкий, и многие другие. Договор розничной купли-продажи и отдельные его виды рассматривались в работах В. И. Казанцева и других авторов. На специфику правовой природы исследуемого договора обращалось внимание в трудах многих исследователей. Права потребителей рассмотрены в трудах , А. Е. Шерстобитова и многих других. Рассматривалась диссертация А. Ю. Рыкова «Гражданско – правовое регулирование сделок в глобальной компьютерной сети «Интернет», в которой затрагивались проблемы купли-продажи и заключения договоров через сеть «Интернет». Отдельные аспекты проблемы, касающиеся места договора дистанционной розничной купли-продажи, его правовой природы, формы, способов заключения, передачи и возврата товара, раскрытия информации и другие, раскрыты в учебниках по гражданскому праву.

Теоретической основой диссертационного исследования явились труды российских ученых дореволюционного, советского и современного периодов развития цивилистики. Работа базируется на трудах К. Г. Победоносцева, А. А. Евецкого, П. П. Цитовича, В. Д. Каткова, С. С. Алексеева, М. И. Брагинского, В. В. Витрянского, В. И. Казанцева, Д. И. Мейера, И. Б. Новицкого, Я. Е. Парция, Б. И. Пугинского, В. В. Семенихина, Е. А. Суханова, Ю. К. Толстого, А. Е. Шерстобитова, Г. Ф. Шершеневича, и др.

Эмпирическую базу исследования составляют федеральное и региональное гражданское законодательство, постановления Правительства РФ, ведомственные нормативные акты, акты Верховного Суда РФ, акты судов

субъектов РФ; подзаконные акты в части, относящейся к исследуемому вопросу.

Структура работы обусловлена предметом, целью и задачами исследования и состоит из трех глав. В первой главе содержатся теоретические положения, относящиеся к природе исследуемого явления. Во второй главе сформулированы требования к предмету договора и его сторонам, обозначено содержание договора и надлежащая его форма. В третьей главе затронут механизм изменения и расторжения договора.

Работе присуща актуальность, поскольку исследуется правовой институт, приобретший особенности в связи с развитием технического и информационного прогресса: новый способ заключения договора. В настоящее время растет количество споров в области защиты прав потребителей, возникших в результате заключения договора купли – продажи дистанционно, – такая тенденция свидетельствует о необходимости усовершенствования регламентации действий участников правоотношений. Таким образом, регулирование «причины» поможет избежать «последствий». Но стоит обратить внимание на то, что распространение исследуемого явления происходит в разы быстрее, чем законодательный процесс, который требует вдумчивости законодателя.

1. Общие положения о договоре купли – продажи, заключенного дистанционным способом

1.1. История возникновения и развития дистанционного способа продажи

Практику в сфере дистанционных продаж с точки зрения торгового оборота принято относить к специальной коммерческой практике. В Российской Федерации не так давно дистанционная торговля считалась малознакомой, но с течением времени она набирает обороты. В других странах данное явление привычно. Если говорить о дистанционном способе заключения договора в международных масштабах, то можно говорить о завоевании ею всё большей популярности. Такой способ заключения договора купли – продажи удобен покупателю, но поскольку он начал развиваться совсем недавно, то необходимо изучить его особенности для защиты своих прав.

Дистанционный способ продаж родился давно. В Древнем Египте заключение договоров осуществлялось посредством обмена письмами, - таким образом истории торговых связей известны отношения, когда сделки заключались и при отсутствии непосредственного контакта сторон.

Прочное формирование способа заключения договора путем обмена письмами произошло в XIX в., а к его концу в развитых странах (к которым относилась и Россия) дистанционные сделки носили массовый характер и для потребителей: широко практиковалась продажа товаров по газетным объявлениям, каталогам, телефону и телеграфу. В США данный вид торговли символизировал один из принципов демократии: индивид имеет право покупать любые товары вне зависимости от его места проживания и наличия данного товара в магазинах, где покупка возможна лишь при встрече продавца и покупателя лицом к лицу.

Статистика приводит данные, согласно которым уже к 1913 году каждый третий житель России систематически приобретал товары по почте, а на рынке дистанционной торговли насчитывалось свыше 300 предприятий. Дистанционными продажами с помощью почтовой пересылки занимались

торговые дома, основным средством демонстрации товаров потребителю были печатные каталоги. В то же время значительное число организаций уже начали предлагать такой вид дистанционной продажи, как курьерская доставка на дом. Жителям больших городов стал доступен заказ по телефону или по почте любых товаров, как непродовольственного, так и продовольственного назначения. Не менее интенсивно развивалась дистанционная торговля в зарубежных странах⁴.

В 1970 – 1990-е гг. понятие дистанционной торговли приобретает новое значение, такое расширение значения вызвано предоставлением дополнительных каналов передачи информации, включая телевидение, интернет и мобильную связь⁵.

С распространением дистанционных продаж товаров возрастали дискуссии среди ученых – цивилистов. В первую очередь они обращали внимание на определение волеизъявления сторон. Доктринальные положения цивилистической науки содержат понимание гражданско - правового договора как осознанно согласованного волеизъявления лиц⁶. Такое восприятие сущности договора предполагало наличие в договоре встречных совпадающих волеизъявлений участников. Поэтому при заключении договора посредством выражения волеизъявлений, осуществлённых не одновременно и в различных местах, возникли определенные затруднения, как для ученых - цивилистов, так и для законодателей.

Карл Фридрих Альберт Кёппен был одним из первых ученых обратившихся к данной проблеме. В 1871 году немецкий ученый в своем труде «Обязывающий договор при отсутствии сторон»⁷ пишет о том, что содержание сделки состоит из направленного акта (волеизъявления) и юридических ус-

⁴ Хисматулин О. Ю. Отдельные аспекты развития правового регулирования дистанционной торговли в России // Евразийская адвокатура. 2016, №2, (21);

⁵ Семенихин В. В. Торговля. Энциклопедия // М.: Изд-во ГроссМедиа, РОСБУХ, 2010;

⁶ Победоносцев К. Г. Курс гражданского права // СПб.; Синодальная типография, 1896 // СПС Гарант. Информационный блок «Классика российского правового наследия». М., 2009.

⁷ Коепен Albert. Der obligatorische Vertrag unter Abwesendem: Eine zivilistische Abhandlung Jena. Mauke, 1871;

ловий, без которых невозможно совершить этот акт. Если придерживаться этой концепции, согласие сторон свидетельствует о наличии правовой связи между участниками имущественного оборота, но не подтверждает факт заключения договора. Кроме того, договор, по мнению ученого, можно признать существующим даже в отсутствие согласованного волеизъявления сторон.

Проблема признания наличия договора, который был заключен между «отсутствующими», поднимается во многих исследованиях, результаты которых активно воспринимались законодателем и получили своё выражение в правовых актах, регулирующих имущественные отношения. Многие из положений науки до настоящего времени содержатся в правовых актах стран Европы. Например, Г. Дербург сформулировал положение, которое до настоящего времени содержится в нормах Германского гражданского уложения: «Волеизъявление, которое должно быть совершено в отношении другого лица и сделано в отсутствие последнего, становится действительным с момента его получения адресатом. Волеизъявление не становится действительным, если до его получения или одновременно с ним получено заявление об отказе от него»⁸.

Существует две основные концепции теории воли. Одна из них, которая является преобладающей, строится на положении о том, что волеизъявление стороны – это лишь форма выражения намерений, а в отсутствие воли субъекта ее значение ничтожно. Противоположная ей теория волеизъявления заключается в том, что первоначально не намерение субъекта, а восприятие такого намерения контрагентом. На теории волеизъявления основывается законодательная практика многих стран Европы, но везде она имеет свои региональные особенности. Приоритет волеизъявления лица над его волей привел к необходимости формализации поведения субъектов отношений для того, чтобы существовала юридическая возможность квалификации их поведения, которое порождает определенные правовые последствия -

⁸ Маковский А. Л. Гражданское уложение Германии. Ввод. закон к Гражданскому уложению: перевод с немецкого // М.: Волтерс Клувер, 2006. С. 25;

признание заключенного договора. В связи с этим законодатель достаточно четко сформулирован требования к предложению лица, имеющему намерение заключить договор. Несоблюдение критериев, установленных законом, не превращает предложение лица в оферту и, соответственно, не создает правовых обязанностей.

В ранних исследованиях проблем заключения договоров были рассмотрены различные критерии к признанию договора заключенным: в момент совершения (оформления) согласия; в момент направления согласия лицу, выразившему намерение совершить договор; в момент получения (непосредственного восприятия) согласия оферентом. Все позиции воспринимались неоднозначно, но все – таки одна из них получила законодательное закрепление, согласно которому оферта создает обязанности заключить договор для лица, ее направившего, с момента получения ее контрагентом. У акцептанта появлялись обязанности с момента выражения намерения принять предложение на заключение договора, а не с момента получения акцепта оферентом.

Исследователями была затронута и публичная оферта. В целом можно говорить об обезличенном предложении, которое содержит в себе определенные конкретно данные о предмете сделки; отсутствие таких данных означает отсутствие предложения. Высказывалось мнение о том, что предложение о продаже, адресованное неопределенному кругу лиц, в частности посредством прейскурантов, каталогов, проб или образцов, которое сформулировано без подробной идентификации товара, его стоимости и количества, не представляет собой оферту. Отсутствие конкретизации предмета договора и других его условий лишает такое предложение обязывающей силы.

Позднее российские цивилисты в своих исследованиях, сосредоточенных на проблемах заключения договора в целом и договора между отсутствующими, стимулировали отход от догматического восприятия связывающей силы оферты в отношениях участников имущественного оборота. Так, А.А. Евецкий указывал на тот факт, что доктринальные принципы уже не

могут надлежащим образом регулировать перманентно усложняющиеся имущественные отношения. По его мнению, примитивная рецепция принципов римского частного права не может удовлетворить потребности правового регулирования. Он считал, что существует насущная потребность в разработке принципиально новых подходов к регулированию договорных отношений⁹.

Но современные реалии таковы, что основные институты договорного права – это результат незначительного изменения постулатов римского частного права, целью которого являлось приспособление норм к национальным традициям российского общества. В аспекте исследования эволюции правового регулирования договорных обязательств в целом и специфики дистанционной торговли заслуживают особого внимания принципы, которые были разработаны П.П. Цитовичем. Указанные им принципы фактически уравнивали процедуру заключения договора отсутствующими субъектами с договорами, заключаемыми лицами по результатам непосредственного восприятия ими согласованных волеизъявлений. Относительно возможности восприятия такого способа заключения договора как выставления товара в местах продажи в качестве публичной оферты, его позиция была категорично отрицательной. Такое поведение, по мнению ученого, не более, чем уведомление о наличии определенных товаров, сходных по стоимости с представленными¹⁰. Такое представление имеет схожие признаки с продажей товаров по образцам.

Подробно исследовал проблему заключения договоров дистанционным способом В. Д. Катков. Его позиция базировалась на анализе правовых норм и изучении практики заключения договоров, которые подтверждают легальность дистанционных договоров. Кроме того, русский правовед говорил о необходимости оценки договора, заключаемого посредством телефонных

⁹ Евецкий А. А. О договоре между отсутствующими // Журнал гражданского и уголовного права. 1880. Кн. 4. С. 328-329;

¹⁰ Цитович П. П. Учебник торгового права. // Киев: М., 2009. С. 164-165;

переговоров, в качестве договора, заключаемого между присутствующими¹¹. У такой позиции имелись и свои противники, которые выступали против данного восприятия применения технических средств при заключении договоров. Их позиция строилась на тезисе, согласно которому существует невозможность визуализации сторонами друг друга, что всё же не исключает заблуждения относительно личности. Кроме того, применение лицами технических средств в процессе согласования условий договора может повлиять на восприятие доводов контрагента: образовать неверное представление об условиях заключаемого договора. Правовое регулирование отношений дистанционной торговли в достаточной степени отвечает требованиям современного правового регулирования, однако требует дальнейшего совершенствования и развития, как и любое явление в области права, которое должно развиваться одновременно с общественными явлениями.

17 ноября 2004 года в Москве был подписан договор о создании Национальной ассоциации дистанционной торговли (НАДТ), которая сменила Российскую Гильдию предприятий торговли по почте, созданную в 1999 году в целях формирования цивилизованного рынка услуг в сфере дистанционной торговли.

С 2005 года дистанционный способ продажи регламентируется российским законодательством, а именно, – ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей» и «Правилами продажи товаров дистанционным способом», утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации¹².

На сегодняшний день дистанционная торговля – перспективное направление бизнеса в мире, которое стремительно развивается. Её обороты в отдельных европейских странах достигают 7% национального ВВП. Особенно актуально данное направление для регионов, отдаленных от районных центров с развитой инфраструктурой.

¹¹ Катков В. Д. Заключение договоров при посредстве электричества // Журнал С-Петербур. Юрид. Об-ва. 1896. Кн. 7. С. 231-233.

¹² Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом: Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 №612 // СЗ РФ, 2007. №41. ст. 4894;

1.2. Понятие и правовая природа договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом

Российское законодательство содержит систему нормативно – правовых актов, подробно регламентирующих отношения между продавцом и покупателем при продаже дистанционным способом, рассмотрим эту систему подробнее.

Так как исследуемая форма продажи присуща розничному договору купли – продажи, следует начать со специального закона. В Законе «О защите прав потребителей»¹³ дистанционной продаже посвящена ст. 26.1 «Дистанционный способ продажи товаров». Положения данной статьи определяют дистанционный способ продажи как заключение договора розничной купли – продажи на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи или иными исключаящими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении договора способами. Таким образом, законодатель указывает, что дистанционный договор купли – продажи является таковым за счет способа его заключения.

Гражданский Кодекс РФ¹⁴ (далее - ГК РФ) был дополнен положениями об особенностях дистанционной продажи товаров потребителям. Дистанционному способу продажи посвящена ст. 497 ГК РФ, из наименования которой следует разграничение продажи товаров по образцам и дистанционного способа продажи, но напрямую не указан критерий такого разграничения. Такое объединение двух разных понятий происходит в силу того, что потребитель в обоих случаях не ознакомливается именно с тем товаром, который он приобретет, поэтому необходимости выделения в отдельную статью одного из этих явлений лишено смысла. В Постановления Правительства РФ «Об

¹³О защите прав потребителей: Федеральный Закон от 7.02.1992 № 2300-1-ФЗ // СЗ РФ, 2007. №44. Ст.5282.

¹⁴Гражданский кодекс РФ (ч. 2): Федеральный закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ // СЗ РФ, 1996. №5. ст.410;

утверждении правил продажи товаров по образцам» от 21.07.1997 №918¹⁵ дано понятие продажи товаров по образцам, согласно которому, такая продажа присуща розничному договору купли – продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с образцом товара, предложенным продавцом и выставленным в месте продажи товаров. Определение же дистанционного способа продажи трактуется как продажа по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной 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. Таким образом, один вид продажи исключает другой, так как в случае дистанционной продажи потребитель не может ознакомиться с образцом.

, Ст. 497 ГК РФ также содержит правила об исполнении такого договора купли – продажи, относящиеся к моменту исполнения и отказа от исполнения, - эти правила общие для видов договоров, содержащихся в данной статье.

Одновременно с внесением изменений в ГК РФ, Правительством РФ были утверждены Правила о продаже товаром указанным способом. Понятие «дистанционный способ продажи» содержит Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» от 27.09.2007 №612. Понятие, сосредоточенное в Правилах идентично понятию из ГК РФ, что благоприятно повлияло на правоприменительную практику. В указанном акте в значительной мере были воспроизведены положения Европейской Конвенции «О международной почтовой и дистанционной

¹⁵ Об утверждении Правил продажи товаров по образцам: Постановление Правительства РФ от 21.07.1997 №918 // СЗ РФ, 1997. №30. ст. 3657.

торговле» от 27 марта 2002 года¹⁶, где дистанционность – это один из признаков розничного договора купли – продажи, характеризующий способ его заключения с акцентом на невозможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо его образцом. При заключении договора ни продавец, ни покупатель не видят друг друга, а продажа осуществляется на основании информации, взятой из источников, определенных в понятии, данном Правительством РФ и ГК РФ; таким образом достичь дистанционности позволяют различные способы ознакомления с товаром, такие как: каталоги, проспекты, буклеты, и пр. Список способов является открытым, что отвечает требованиям прогресса и разрешает на практике расширительное толкование, необходимое для защиты прав потребителей. Таким образом, когда возникает ситуация, при которой потребитель имеет возможность непосредственного ознакомления с товаром, соответствующие потребительские отношения предполагают заключение договора в обычных для коммерческой практики условиях и не регулируются специальными нормами, перечисление которых дано в данном параграфе.

Регулирование также осуществляется на основании ФЗ «О рекламе»¹⁷, ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»¹⁸, Письма Роспотребнадзора «О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом»¹⁹, Письма

¹⁶ 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.org/onderwerpen/europe.asp?navid=3&subnavid=1>.

¹⁷ О рекламе: Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ // СЗ РФ, 2006. №12. Ст. 1232;

¹⁸ Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ // СЗ РФ, 2010. №1. Ст. 2.;

¹⁹ О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом: Письмо Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека от 12.10.2007 № 0100/10281-07-32 // Журнал Документы и комментарии, 2007. №22;

Роспотребнадзора «О пресечении правонарушений при дистанционном способе продажи товара»²⁰.

Ранее возникали проблемы с квалификацией двух способов продажи, названных в ГК РФ. Поэтому сегодня необходимо разработать критерии их разграничения, прежде всего, это имеет значение для правоприменителя.

– Способ заключения договора: при продаже товаров по образцам – ознакомление осуществляется непосредственно с образцом, выставленным в месте продажи; заключение договора может быть одномоментно с ознакомлением. При дистанционной торговле исключается непосредственный осмотр потребителем товара или его образца. В первом случае стороны, как правило, подписывают единый документ, а в последнем заключение договора происходит с помощью обмена письмами, телеграммами и т.д.

– Способ получения информации: если потребитель ознакомливается с образцом товара, то получение информации происходит в этот момент и доносится при помощи продавца и описания; при дистанционной продаже информация доносится до потребителей посредством описания товара, размещенного на материальном носителе или в сети «Интернет», его рекламы и предложения о продаже.

– Способ исполнения договора: при продаже дистанционным способом, как правило, у предпринимателя нет помещений, где он размещает товары к продаже, квалифицированных продавцов, нет торгового оборудования, а также наличия готового к передаче товара; в случае продажи по образцам – лицо, осуществляющее продажу, проверяет качество товара, его комплектность, наличие документов к нему и правильность цены непосредственно в присутствии покупателя.

Из приведенных формулировок представляется возможным совершить выделение признаков договора розничной купли – продажи, заключенного дистанционным способом, такие как:

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.

1) Заключение договора происходит вне стационарных мест торговли, такового у продавца просто нет; в литературе данный признак иногда определяют как наличие расстояния между продавцом и покупателем;

2) Отсутствие возможности у потребителя непосредственного ознакомления с товаром или его образцом до заключения товара и в момент его заключения;

3) Потребитель осуществляет выбор на основании визуальных образов и текстового описания с помощью различных каналов связи;

4) Предмет договора – товар, который разрешено отпускать по дистанционному договору; а также услуги, оказываемые продавцом в связи с продажей товаров дистанционным способом. Важно отметить, что не всякие услуги могут быть предметом данного правоотношения, а только те, которые оказываются во исполнение заключенного договора;

5) Особый субъектный состав, который не подпадает под круг тех лиц, кто участвует в потребительских отношениях, предусмотренных Законом РФ «О защите прав потребителей» и Правил продажи товаров дистанционным способом. Как правило, это потребитель, изготовитель и лицо, реализующее товар (посредник).

Точки зрения ученых относительно места договора розничной купли – продажи при торговле дистанционным способом различны. Ряд исследователей настаивает на том, что данный договор – отдельный вид договора. На основе предложенных С. М. Хужиным²¹, Н. Ю. Хорошавиной²², Кузьменко А. С.²³ оснований, исследуемое явление выделяется в отдельный вид договора по следующим основаниям: предложение товара в его описании, представленного на фотоснимках, содержащихся в каталогах, проспектах, буклетах и т.п., а также место исполнения договора, всегда находящееся вне стационарного размещения продавца.

²¹ Хужин С. М. Договор купли-продажи. Лекция. // Н.Новгород: НПА, 2006;

²² Хорошавина Н. Ю. Правовое регулирование договорных отношений розничной купли – продажи, диссертация // Казань, 2007;

²³ Кузьменко А. С. Договор розничной купли – продажи в сфере дистанционной торговли, диссертация // Москва, 2010;

Я. Парций настаивает на отнесении дистанционной торговли к форме договора розничной купли – продажи²⁴, суды также придерживаются этой позиции²⁵. Договор розничной купли-продажи - основной вид договора по отчуждению имущества при дистанционной торговле. Данная позиция представляется более справедливой, ведь признаки договора розничной купли – продажи можно отнести и к признакам дистанционного договора, среди них можно говорить о следующих:

1) Консенсуальность – считается заключенным в момент согласования всех существенных условий;

2) Возмездность, которая предполагает получение платы стороной за исполнение своих обязанностей;

3) Взаимность, что означает наделение сторон правами и обязанностями по отношению друг к другу;

4) Двусторонний (синаллагматический) характер. По договору розничной купли – продажи у продавца и покупателя имеются встречные права и обязанности. Обязанности характеризуются тем, что они не являются случайными и обуславливают исполнение договора;

5) Для публичных договоров характерна разработка стандартных форм, посредством которым заключается договор. Таким образом, исследуемый договор может быть договором присоединения в том случае, когда покупатель присоединяется к условиям формуляров или иных стандартных форм, предложенных продавцом;

6) Особый субъектный состав. Он интересен тем, что в отношениях участвует субъект, не обозначенный в законе в качестве самостоятельного. На стороне продавца выступает индивидуальный предприниматель либо юридическое лицо, отпускающие продукцию по дистанционным договорам; на стороне покупателя – любое лицо, с общими правилами, характерными для

²⁴ Парций Я. Е. Комментарий к Закону РФ «О защите прав потребителей» // М.: Норма, 2007. С. 367;

²⁵ Постановление Федерального арбитражного суда Уральского округа от 17.05.2010 № Ф09-3608/10-С1 по делу № А47-11060/2009 // СПС ГАРАНТ.

договора розничной купли – продажи. Так, юридическое лицо может выступать в качестве покупателя, если приобретает товар в розничной сети не в целях коммерческого использования; в таком случае положения Закона РФ «О защите прав потребителей» действует только субсидиарно в части неурегулированной ГК РФ;

7) Цель приобретения товара – личное потребление.

Брагинский М. И. высказывал мнение о том, что одной из отличительных черт договора розничной купли-продажи, которая выделяет его среди других договоров купли-продажи, является предмет договора²⁶. В то время общеизвестно, что один договор от другого отличает именно предмет, поэтому условие о предмете – существенное. А.Е Шерстобитов, определяя в качестве специфической черты договора розничной купли-продажи его предмет, подчеркивает, что цель приобретения товара – быт. Таким образом, по данному договору товары приобретаются для личных нужд либо для бытовых, либо одновременно для личных и для бытовых. При дальнейшем выделении отдельных видов товаров, которые могут реализовываться посредством розничной купли-продажи, он пишет: «Вместе с тем предметом розничной купли-продажи могут быть и такие товары, которые дают возможность использовать их в производственных целях, поскольку закон ограничивает цели использования товара, прямо устанавливая возможность иного их использования, но обязательно не связанного с предпринимательской деятельностью»²⁷.

8) Публичность - на отношения сторон распространяется ст. 426 ГК РФ; в случаях, когда продавцы вводят скидочные системы, не умаляется принцип публичности, поскольку предоставляются такие скидки на одинаковых условиях;

²⁶ Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право: Общие положения. // М., 1997. С. 224.

²⁷ Суханов Е. А. Гражданское право: Учебник. В 4 т. Т. 3: Обязательственное право // М.: Статут, 2010. // СПС Консультант-Плюс.

9) Существенные условия – предмет, цена. Предметом выступают движимые вещи, реализуемые в розничной сети. Цена должна быть одинаковой для всех покупателей;

10) Может заключаться с использованием публичной оферты.

Свои особенности наблюдаются также при анализе момента заключения договора и перехода права собственности на товар, - будут раскрыты в следующих главах; а выделенные признаки следует дополнить с учетом особенностей дистанционного способа продажи.

Таким образом, можно сформулировать следующее понятие договора розничной купли – продажи, заключенного дистанционным способом, и выделить его характерные черты.

Договор розничной купли – продажи, заключенный дистанционным способом, – форма договора розничной купли – продажи товаров и сопутствующих услуг, при которой ознакомление потребителя с товаром происходит на основании визуальных образов и текстового описания с помощью различных каналов связи, заключаемый вне стационарных мест торговли, и исполнение по которому осуществляется с помощью посредника (лица, реализующего товар).

Признаки такого договора:

- 1) Консенсуальный;
- 2) Возмездный;
- 3) Взаимный;
- 4) Двусторонний (синаллагматический);
- 5) Публичный; как правило, договор присоединения, если иное не предусмотрено законом или договором розничной купли – продажи;
- 6) Может заключаться путём публичной оферты;
- 7) Предмет – товар, сопутствующие услуги для личного потребления (не в предпринимательских целях);
- 8) Субъектный состав: потребитель, продавец, посредник;

- 9) Потребитель не имеет возможности непосредственного ознакомления с товаром или его образцом до заключения товара и в момент его заключения;
- 10) Заключение вне стационарных мест торговли;
- 11) Особый способ оплаты (через агента, электронные деньги, оплата с банковской карты и пр);
- 12) Существенные условия: предмет, цена;
- 13) Своеобразный перечень обязательной к предоставлению информации.

П. 13, в котором делается акцент на информации, обязательной к предоставлению, содержится обязанность продавца по предоставлению такой информации. Так, в качестве существенных условий называют информацию, которая должна быть указана в соответствии с Правилами продажи товаров дистанционным способом, Законом РФ «О защите прав потребителей», а также Законом РФ «О рекламе». Помимо привычных данных, предоставляемых потребителям повсеместно, в законе названы некоторые другие:

- 1) Особенности доставки товара;
- 2) Срок, в течение которого действует предложение о заключении договора.

Когда в публичной оферте не отображена полная и исчерпывающая информация о продавце и товаре, которую продавец обязан до заключения договора донести до сведения покупателя, возникает основание для привлечения продавца к административной ответственности на основании ст. 14.15 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации в качестве предупреждения или наложения административного штрафа на граждан в размере от трехсот до одной тысячи пятисот рублей; на должностных лиц - от одной тысячи до трех тысяч рублей; на юридических лиц - от десяти тысяч до тридцати тысяч рублей²⁸.

²⁸ Кодекс РФ об административных правонарушениях: Федеральный закон от 30.12.2001 № 195-ФЗ // СЗ РФ, 2002. №1. Ст. 1;

Но, к примеру, владелец интернет – магазина не может быть оштрафован за непредставление указанной выше информации, если он не является фактическим продавцом товара, и покупатель был поставлен в известность об этом до приобретения товара. Технически такое уведомление чаще всего размещается в тексте оферты, с которой покупатель знакомится при регистрации на сайте интернет-магазина, что подтверждается судебной практикой²⁹.

Таким образом, развитие технологий является предпосылкой развития правовой системы, регулирования отдельных её институтов. Недавно появившаяся дистанционная торговля набирает обороты, в то время правовое регулирование не успевает совершенствоваться, вследствие чего возникают проблемы в регулировании нового института. России предстоит свой путь налаживания системы регулирования такого института как дистанционная продажа.

Дистанционные продажи известны истории торговли, а популярность данного способа заключения договора обусловлена потребительским спросом. Покупатель стремится к уникальности, приобретая недоступные в своей местности товары, а также к удобству, получая их на дом.

При изучении правовой природы договора дистанционной розничной купли – продажи выявлено две точки зрения на природу данного договора:

- 1) самостоятельный договор;
- 2) форма договора розничной купли – продажи.

Доводы о самостоятельной природе договора не являются убедительными, так как положения о договоре розничной купли – продажи в большей части применимы к исследуемому договору.

Дистанционность достигается с помощью различных способов, часть из которых перечислена в Правилах продажи товаров дистанционным способом: буклеты, каталоги, сеть «Интернет» и др. Открытый список способов

²⁹ Постановление Десятого арбитражного апелляционного суда от 23.09.2014 по делу № А41-6880/14 // СПС ГАРАНТ.

подстраивается под нужды общества, которое каждый день развивается; а также позволяет потребителю чувствовать себя более защищенным.

Таким образом, в главе сформулировано понятие договора розничной купли – продажи, заключенного дистанционным способом и обозначены его признаки, а также перечислены существенные условия договора, определяемые спецификой его заключения и нормативного регулирования.

2. Элементы договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом

2.1. Предмет и стороны договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом

Традиционно к элементам договора в российском цивилистике относят его стороны, предмет, цену (в возмездных договорах), срок, форму и содержание, т.е. права и обязанности сторон.

По общему правилу сторонами договора розничной купли – продажи являются продавец и покупатель, однако законодатель ограничил состав субъектов, выступающих в роли продавца. Так, в данном виде договора продавец – предприниматель (индивидуальный или коммерческая организация); а покупатель – физическое лицо или организация, приобретающие товар для использования его не в предпринимательских целях.

Для розничной торговли некоторыми видами товаров необходима лицензия (например, алкоголь); а для приобретения товаров, ограниченных в обороте, покупателю необходимо специальное разрешение.

Когда продажа осуществляется дистанционно, предмет договора сужается. Другими словами, не каждый товар, являющийся предметом договора розничной купли – продажи может являться предметом договора дистанционной купли – продажи. Одни авторы под предметом понимают и действия сторон, и вещи (деньги)³⁰, но законодатель обозначил предмет договора через товар. Об этом также свидетельствует возможность покупателя отказаться от товара в течение 7 дней, а не от исполнения договора, что всё же может порождать одинаковые правовые последствия для сторон. Товар – это любой продукт производственно – экономической деятельности в материально – вещественной форме, объект купли – продажи, рыночных отношений между продавцами и покупателями³¹. Следовательно, никакие имущественные права в силу их невещественной природы не могут выступать в качестве предмета

³⁰ Витрянский В. В. Договор купли-продажи и его отдельные виды. // М., 1999. С. 232-233;

³¹ Райзберг, Б.А. Универсальный бизнес-словарь // М.: Инфра-М, 1997. С. 632.

договора дистанционной купли – продажи. Но с учётом развития общественных отношений, представляется, что внесение изменений в данное положение всё же возможно.

В соответствии с п. 5 Правил продажи товаров дистанционным способом запрещена продажа дистанционным способом алкогольной продукции, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством РФ. Виды продукции, полностью изъятые из оборота или ограниченно оборотоспособные, должны быть прямо указаны в законе или определены в порядке, установленном законом.

На сегодняшний день действует Указ Президента РФ «О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена» от 22 февраля 1992 г. №179». В перечень таких видов входят: вооружения, боеприпасы, военная техника, яды, наркотические средства и психотропные вещества, спирт этиловый, взрывчатые вещества, шифровальная техника, рентгеновское оборудование, отходы радиоактивных материалов и др.³².

Также запрет на оборот такой продукции установлен Федеральными законами: «О наркотических средствах и психотропных веществах» от 8 января 1998 г. № 3-ФЗ³³, «Об оружии» от 13 декабря 1996 г. № 150-ФЗ³⁴ и др.

Субъекты предпринимательской деятельности обязаны соблюдать нормы, закрепленные в абзаце 2 п. 4 Правил продажи отдельных видов товаров³⁵, где запрещена продажа вне стационарных мест торговли: продовольственных товаров (с изъятиями), лекарственных препаратов, медицинских изделий,

³² О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена: Указ Президента РФ от 22.02.1992 № 179 // Российская газета, 1992 г. N 61;

³³ О наркотических средствах и психотропных веществах: Федеральный закон от 8.01.1998 № 3-ФЗ // СЗ РФ, 1998. №2. Ст. 219;

³⁴ Об оружии: Федеральный закон от 13.12.1996 № 150-ФЗ // СЗ РФ, 1996. №51. Ст. 5681;

³⁵ 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 // СЗ РФ, 1998. №4. Ст. 482.

ювелирных и других изделий из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней, оружия и патронов к нему, экземпляров аудиовизуальных произведений и фонограмм, программ для электронных вычислительных машин и баз данных.

Также запрещена реализация биологически активных добавок к пище³⁶.

С продажей лекарственных средств дела обстоят сложнее, поскольку их свободная реализация вне мест стационарной торговли, как уже сказано выше, запрещена. Здесь следует отметить, что и официальной позиции того же Минздравсоцразвития России по данному вопросу нет. Поэтому в настоящее время аптечные организации, имеющие лицензию на розничную торговлю лекарственными средствами, осуществляют их продажу через Интернет, что отвечает всем признакам дистанционной торговли.

Таким образом, требования к предмету договора:

- 1) Товар или товар и услуга, сопутствующая товару;
- 2) Товар – продукция, свободно находящаяся в обороте;
- 3) Товар разрешен к дистанционной продаже;
- 4) Цель приобретения товара – личное потребление, не связанное с ведением предпринимательской деятельности. Здесь важно обратить внимание на количество товара, которое должно быть разумным.

Как указывалось ранее, исследуемый договор имеет специфический состав субъектов. Между продавцом и покупателем не происходит непосредственного контакта, они находятся друг от друга на расстоянии. От имени продавца выступает посредник, правовой статус которого не определен в российском законодательстве.

³⁶ О введении в действие санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.3.2.1290-03 (вместе с «СанПиН 2.3.2.1290-03. 2.3.2. Продовольственное сырье и пищевые продукты. Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД). Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы»: Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 17.04.2003 № 50 // утв. Главным государственным санитарным врачом РФ 17.04.2003 (Зарегистрировано в Минюсте РФ 15.05.2003 №4536);

Рассмотрим конкретный пример. В сети «Интернет» функционирует интернет – магазин одежды «Lamoda»; просматривая каталог одежды, мы являемся потенциальным покупателем – потребителем, и у продавца существует преддоговорная обязанность по предоставлению информации. На сайте размещена оферта, где обозначены существенные условия договора, а также информация, которую продавец обязан донести до покупателя доступным способом в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей». Нам интересно положение о сторонах договора, в соответствии с офертой, обозначены:

1) Посетитель Сайта — лицо, пришедшее на сайт <http://www.lamoda.ru> без цели размещения Заказа;

2) Пользователь — физическое лицо, посетитель Сайта, принимающий условия настоящего Соглашения и желающий разместить Заказы в Интернет-магазине Lamoda.ru;

3) Покупатель — Пользователь, разместивший Заказ в Интернет-магазине Lamoda.ru;

4) Lamoda — Общество с ограниченной ответственностью «Купишуз» (ОГРН 5107746007628, ИНН 7705935687, КПП 772601001, место нахождения: 117105, г. Москва, Варшавское шоссе, д. 9, стр.1Б).

5) Продавец — Lamoda или иное юридическое лицо либо индивидуальный предприниматель, товар которых размещен в Интернет-магазине (товар, реализуемый юридическими лицами либо индивидуальными предпринимателями, отличными от Lamoda, отмечен в каталоге товаров Интернет-магазина как «маркетплейс-товар»).

6) Интернет-магазин — Интернет-сайт, принадлежащий Lamoda, расположенный в сети интернет по адресу <http://www.lamoda.ru>, где представлены Товары, предлагаемые Продавцами для приобретения, а также условия оплаты и доставки Товаров Покупателям.

Проанализировав положения оферты, можно сделать вывод о том, что покупателем по договору является пользователь, который уже разместил заказ

в Интернет-магазине Lamoda.ru; одновременно с этим посетитель сайта и пользователь, а также покупатель являются потребителями, перед которыми продавец несет преддоговорную обязанность в предоставлении информации. Категории «посетитель сайта» и «пользователь», несмотря на отсутствие цели размещения заказа у первого, являются потенциальными покупателями.

В качестве продавца оферта называет Lamoda или иное юридическое лицо, индивидуальный предпринимателя, товар которых размещен в Интернет-магазине. Таким образом, на данном сайте реализуется товар, производителем которого является не только Lamoda, но и другие лица. В свою очередь, Lamoda – это название интернет – магазина, владельцем которого является общество с ограниченной ответственностью «Купишуз».

Когда Lamoda предлагает к продаже товары собственного производства, то производитель, продавец и посредник совпадают.

Для размещения на сайте Lamoda товаров сторонних производителей необходимо заключение соглашения, где стороны именуются партнёрами, как указано в самом источнике. При этом передача товаров на хранение может не осуществляться, а интернет – магазин является посредником между производителем и покупателем, который осуществляет функции по продвижению товаров, передает данные об оформленных заказах партнеру. По своей правовой природе такое соглашение близко к дистрибьюторскому договору, который не регламентируется нормами гражданского законодательства, однако такое соглашение не запрещено заключать в силу принципа свободы договора. В подтверждение можно привести торговую практику, в которой имеет место заключение дистрибьюторского договора (соглашения), в силу которого дистрибьютор получает право выступать официальным представителем производителя при продвижении товара на рынке. К такому договору применяются нормы посреднических договоров и ведения посреднической деятельности. Правовой статус субъекта, который по такому договору оказывает сторонам целый ряд услуг, связанных с осуществлением продаж, в законе не определен. При продвижении товаров

дистрибьютор действует от своего имени и за свой счет, что позволяет отграничить его от иных посреднических договоров (договор поручения, договор комиссии, агентский договор).

В качестве предмета посредничества, по мнению Б. И. Пугинского³⁷, выступает не столько товар, сколько услуги, которые оказывает посредник в процессе товарного обмена, следовательно, продуктом товарно-посреднической деятельности является создаваемая дополнительная полезность благ, которая изначально не содержится в товаре.

Итак, посредник в сфере интернет-торговли – это лицо, которое от имени другого лица отправляет, получает или хранит потенциально ценную информацию, способствует заключению (исполнению) сетевого договора, а также оказывает другие сопутствующие услуги (например, способствует электронному обмену данными, переписке по электронной почте, делает рекламу товара и др.). Такой субъект как посредник не назван в законе, поэтому при реализации товаров продавца посредником последний выступает на стороне продавца и именуется «продавец»³⁸. Данный момент требует серьезной доработки, так как в случае такого подвешенного состояния одного из участников правоотношения, возникают трудности определения его прав и обязанностей, пределов ответственности и пр.

Одновременно с этим, реализация товара может осуществляться физическими лицами, не зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей, которые также выступают в качестве посредника. Например, при продаже парфюмерно – косметических товаров AVON, Mary Kay, ORIFLAME, согласно данным Роспотребнадзора, в случае возникновения претензий к качеству товаров потребитель не имел возможности воспользоваться своими правами по законодательству о защите прав

³⁷ Пугинский Б.И. Проблема регулирования торгового посредничества // Журнал Коммерческое право. 2008. № 2 (3). С. 6-10.;

³⁸ Казанцев, В.И. Терминологический словарь по гражданскому праву // М. : Изд-во Экзамен, 2007. С. 287;

потребителей³⁹. Представляется, что в такой ситуации предъявление претензии должно осуществляться также через посредника, у которого заключено соглашение с продавцом. В случае отказа посредника у покупателя остаётся один способ защиты – обращение в суд, а отношения между этими лицами будут квалифицироваться как гражданско – правовые.

Таким образом, продавец по договору розничной купли – продажи: юридическое лицо, индивидуальный предприниматель. Покупатель – физическое лицо; индивидуальный предприниматель и юридическое лицо, приобретающие товар для использования не в предпринимательских целях. Посредник – любое лицо. Как правило, между продавцом и посредником, который будет являться фактическим продавцом, заключено соглашение об оказании услуг последним.

Содержание обязательственного правоотношения определяют права и обязанности сторон⁴⁰. Рассмотрим права и обязанности каждого из участников правоотношения.

Не вызывает сомнений правовой статус покупателя. У него имеются две основных обязанности – оплатить и принять товар. Обязанность оплатить товар имеет принципиальное значение тогда, когда момент заключения договора и его исполнения не совпадают. В исследуемом договоре оплата может происходить как до передачи товара, так и после, а также покупателю может быть предоставлен выбор: оплата сразу или при получении. Следовательно, главная и фактически единственная обязанность покупателя – принять товар.

У покупателя есть право не принимать переданный товар (п. 1 ст. 484 ГК РФ), если продавец существенно нарушил требования к его качеству, а также в других случаях, когда первый вправе отказаться от исполнения договора. Если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или договором купли – продажи, покупатель обязан совершить действия, которые в

³⁹ Орешкина О.В. Дистанционная торговля товарами // Журнал Внешнеторговое право, 2007. №1. С 85.

⁴⁰ Алексеев С.С. Гражданское право в вопросах и ответах: учеб. пособие // Екатеринбург, изд-во Проспект, 2009.

соответствии с обычно предъявляемыми требованиями необходимы с его стороны для обеспечения передачи и получения соответствующего товара: сообщение адреса и наименования получателя и пр. Покупатель обязан принять товар, переданный ему в срок, установленный договором, а если договором он не предусмотрен, - в срок, определяемый в соответствии со ст. 314 ГК РФ. При досрочной передаче покупатель вправе отказаться от товара в случаях, установленных в ст. 315 ГК РФ и 457 ГК РФ⁴¹.

Следует остановиться подробнее на ст. 497 ГК РФ. В соответствии с п. 4 данной статьи у покупателя есть право отказаться от исполнения договора. Это право реализуется при условии возмещения продавцу необходимых расходов, понесенных им в связи с совершением действий по исполнению договора. П. 4 и 5 ст. 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей» детализируют указанное право, различая две ситуации – возврат качественного товара и товара ненадлежащего качества.

Таким образом, потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи (нет привязки к качеству), после передачи – в течение 7 дней. В случае непредставлении информации о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества в письменной форме в момент доставки товара, потребитель вправе отказаться от товара в течение трех месяцев с момента передачи товара. Сроки носят пресекающий характер. Специальные условия для возврата: сохранение товарного вида, потребительских свойств; наличие документа, подтверждающего факт и условия покупки указанного товара. Однако отсутствие такого документа не лишает возможности ссылаться на другие доказательства приобретения товара у данного продавца.

Во-вторых, необходимо учитывать назначение товара. Потребитель лишен права на отказ от товара надлежащего качества, если такой товар имеет индивидуально-определенные свойства и может быть использован конкретным лицом – приобретающим его потребителем. Такие запреты защищают

⁴¹ Садиков О. Н. Комментарий к Гражданскому кодексу РФ, ч. 2 (постатейный) // М.: Юридическая фирма Контракт, 1998. С. 495.

предпринимателя от потребительского терроризма. П. 33 Правил продажи товаров дистанционным способом предусматривает порядок возврата, указывающего на необходимость оформления накладной или акта о возврате товара при возврате покупателем товара надлежащего качества. Правовое последствие – возникновение и реализация продавцом обязанности по возврату потребителю уплаченной им денежной суммы, из этих средств исключаются расходы продавца на доставку от потребителя возвращенного товара. Срок исполнения данной обязанности – 10 дней со дня предъявления требования. Разумно предоставление законодателем потребителю права на отказ от товара в так называемый «период охлаждения». Законодателем предоставлено право потребителю на отказ от товара, для определения такой ситуации используется термин «охлаждение к покупке - cooling to purchase», он пришел к нам из тех стран, где дистанционная торговля возникла намного раньше. В Европейском этическом кодексе это носит название – «сатисфакция или возврат денег».

Согласно п. 34 указанных Правил, в ситуации, когда возврат денежных средств осуществляется не одновременно с возвратом товара покупателем, возврат происходит с согласия покупателя одним из способов: наличными денежными средствами по месту нахождения продавца; почтовым переводом; путем перечисления суммы на банковский или иной счет покупателя, указанный им.

Если же продан товар ненадлежащего качества, то применяются правовые последствия продажи таких товаров, включая и их возврат, установленные ГК РФ и Законом РФ «О защите прав потребителей». Аспекты последствий:

- 1) Специальные права требования потребителя, включая и право на отказ от исполнения договора, осуществление которого влечет возврат товара;
- 2) Корреспондирующие им обязанности контрагентов потребителя;
- 3) Сроки осуществления данных прав и исполнения указанных обязанностей;

4) Ответственность за нарушение обозначенных сроков в форме неустойки.

Права покупателя корреспондируют обязанностям продавца. В классическом договоре розничной купли – продажи покупатель обладает правами осмотреть товар и проверить его свойства; при продаже дистанционным способом такое ознакомление не представляется возможным. Права покупателя, предусматривающие обмен, замену, соразмерное уменьшение цены и пр. сохраняются.

Продавец не имеет права без согласия покупателя выполнять дополнительные работы (оказывать услуги) за плату. Если такие услуги были оказаны, то потребитель может отказаться от их оплаты, а если они оплачены, то у него возникает право требовать возврата уплаченной суммы.

Как уже было сказано выше, право покупателя потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе и продавце, режиме его работы и реализуемых им товарах с учётом специфики договора расширено с помощью нормативно – правовых актов, регулирующих дистанционный способ продажи⁴².

Сведения о продавце и товаре могут быть предоставлены в виде рекламы или как аннотация к товару, либо в виде публичного договора купли-продажи, размещенного на сайте продавца.

Отличительной особенностью является включение в перечень обязанностей сторон обязанности продавца предложить покупателю услуги по доставке товаров путем их пересылки почтовыми отправлениями или перевозки с указанием используемого способа доставки и вида транспорта (п. 3 Правил продажи товаров дистанционным способом). При осуществлении этой обязанности продавец вправе использовать услуги третьих лиц (с обязательным информированием об этом покупателя).

⁴² Мейер Д.И. Русское гражданское право // М. : Статут, 2003. С. 831.

В соответствии с п. 9 Правил продажи товаров дистанционным способом продавец должен в момент доставки товара довести до сведения покупателя в письменной форме следующую информацию на русском языке:

1) Обозначение, свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара (наименование технического регламента);

2) сведения об основных потребительских свойствах товара, а в отношении продуктов питания - сведения о составе, пищевой ценности, назначении, об условиях применения и хранения продуктов питания, о способах изготовления готовых блюд, весе (объеме), дате и месте изготовления и упаковки (расфасовки) продуктов питания, а также сведения о противопоказаниях для их применения при отдельных заболеваниях;

3) цена в рублях и условия приобретения товара;

4) сведения о гарантийном сроке;

5) правила и условия эффективного и безопасного использования;

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

7) место нахождения (адрес), фирменное наименование (наименование) изготовителя (продавца), место нахождения (адрес) организации (организаций), уполномоченной изготовителем (продавцом) на принятие претензий от покупателей и производящей ремонт и техническое обслуживание товара, для импортного товара - наименование страны происхождения товара;

8) сведения об обязательном подтверждении соответствия товаров (услуг) обязательным требованиям, обеспечивающим их безопасность для жизни, здоровья покупателя, окружающей среды и предотвращение

причинения вреда имуществу покупателя в соответствии с законодательством РФ;

9) сведения о правилах продажи товаров;

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

11) информация, о порядке возврата, а также последствиях отказа продавца передать товар;

12) информация об энергетической эффективности товаров.

Если товар, который приобретает покупатель был в употреблении или в нем устранялся недостаток, покупателю должна быть предоставлена информация об этом.

Общее правило – передаваемый товар должен быть соответствующего качества согласно договору и информации, которая была предоставлена при заключении договора, а также информации, доведенной до его сведения при передаче товара.

Права и обязанности посредника не регламентируются законом, но так как он выступает фактическим продавцом, обязанность предоставления информации возникает у него, так как он является лицом, передающим акцепт оферты продавцу – изготовителю, который уже содержит условия договора.

Представляется, что права и обязанности присущие продавцу, продавец и посредник распределяют между собой в соглашении. Например, передача информации от потребителя, аспекты доставки – подконтрольны посреднику; претензии по поводу качества товара будут передаваться продавцу – изготовителю или уполномоченной им организации. Такой вывод подтверждается необходимостью заключения соглашения между указанными субъектами, а также является разумным подходом и оптимизирует взаимодействие между всеми участниками правоотношения.

Таким образом, на законодательном уровне разработаны ограничения к

товарам, которые могут продаваться дистанционным способом. С помощью анализа действующего законодательства требования к товару представляется возможным сформулировать следующим образом:

- 1) Товар или товар и услуга, сопутствующая товару;
- 2) Товар – продукция, свободно находящаяся в обороте;
- 3) Товар разрешен к дистанционной продаже;
- 4) Цель приобретения товара – личное потребление, не связанное с ведением предпринимательской деятельности. Здесь важно обратить внимание на количество товара, которое должно быть разумным.

В договоре участвуют две стороны: продавец и покупатель.

Покупатель – физическое лицо; индивидуальный предприниматель и юридическое лицо, приобретающие товар для использования не в предпринимательских целях. Правовое положение покупателя не вызывает сомнений. Законодателем предоставлено право потребителю на отказ от товара, для определения такой ситуации используется термин «охлаждение к покупке - *cooling to purchase*». В литературе нет однозначной оценки насчет предоставления такого права покупателю.

Продавец - юридическое лицо, индивидуальный предприниматель. Так как у покупателя присутствуют дополнительные права, у продавца, как у экономически сильной стороны правоотношения, имеются дополнительные обязанности. В частности, дан перечень информации, необходимой для раскрытия потребителю, в расширенном виде, по отношению к классическому договору розничной купли – продажи.

Спорной фигурой правоотношения является посредник. Посредник в общем виде представляет собой лицо, которое от имени другого лица осуществляет передачу потенциально ценной информации, способствует заключению (исполнению) договора, а также оказывает другие сопутствующие услуги. Этот субъект не назван в законе, но именно он является фактическим продавцом, поэтому логично его относить к стороне продавца.

2.2. Форма и содержание договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом

Ст. 493 ГК РФ посвящена форме договора розничной купли – продажи. В соответствии со статьей договор считается заключенным в надлежащей форме с момента оплаты товара, что подтверждается выдачей документа, подтверждающего оплату, если иное не предусмотрено законом или договором розничной купли – продажи, в том числе условиями формуляров или иных стандартных форм, к которым присоединяется покупатель. В случае отсутствия у покупателя указанных документов покупатель вправе ссылаться на свидетельские показания в подтверждение договора и его условий. Из положений указанной статьи можно сделать вывод о том, что указанный договор может заключаться как в устной (например, на момент совершения), так и в письменной форме. В абз. 3 п. 43 Постановления Пленума ВС РФ «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей»⁴³ делается акцент на дистанционные способы продажи: внесение оплаты в данном случае возможно с помощью электронных или безналичных расчетов, в том числе с использованием банковских карт и (или) иных установленных законом средств платежа.

Обратимся к дистанционной продаже. В общем виде договор дистанционной купли-продажи заключается в письменной форме путем обмена письмами, телеграммами, электронными сообщениями и иными средствами, не противоречащими п. 2 ст. 434 ГК РФ.

Преобладающее число дистанционных договоров в сети «Интернет» заключаются посредством оформления акцепта с помощью заполнения конкретной формы или бланка, более того в такой форме должна содержаться необходимая информация, указанная в §1.2 главы 1. Из этого следует, что договору свойственна письменная форма, которая генерируется автоматически:

⁴³ 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.

покупатель выбирает товары, указывает их количество, отправляет их в «корзину», а при необходимости - оплачивает товар. Обязательное к исполнению требование указания на сайте наименования и адреса продавца представляется справедливым, и, как правило, при этом наименование товара, его характеристики и цена указаны в форме заказа, заполняемой потребителем без ввода вручную. Покупатель указывает себя и адрес доставки, - этого уже достаточно для обозначения в гражданском обороте в достаточной степени, а нажав на кнопку «оформить заказ», он принимает на себя обязательства по договору. Таким образом, заключение договора происходит в электронном виде, а исполнение осуществляется в момент вручения товара покупателю, что вытекает из положения ст. 499 ГК РФ. Подобные сделки также можно признать частично заключаемыми в электронной форме, а действия покупателя в этом случае следует квалифицировать как акцепт, совершенный через интернет с помощью иных действий, необходимых для выполнения условий договора, указанных в публичной оферте. В данном случае речь идет о примерах косвенной электронной торговли, когда только часть сделки осуществляется в электронной форме, а некоторые ее составляющие осуществляются офлайн. Как правило, эти составляющие имеют реальную природу (офлайн), к примеру, доставка товара; а некоторым присуща двойственная природа, например, оплата, которая может осуществляться как до передачи товара, так и после.

Основания недействительности сделок применяются в общем порядке, как и к остальным договорам.

Разумно согласиться с мнением С. Левашова, который считает, что во взаимосвязи с ГК РФ, который разрешает по соглашению сторон при заключении договора использовать электронно-цифровую подпись или иной аналог собственноручной подписи, можно утверждать, что электронная форма договора, заключенного посредством сети «Интернет», законом приравнена к письменной форме договора⁴⁴.

⁴⁴ Левашов С. Электронные деньги // Журнал Юрист, 2005. №48;

Содержание договора – это совокупность его условий. Все условия имеют различное значение, по-разному влияют на заключенность договора. Поэтому представляется разумным деление условий по критерию влияния на заключенность договора, на группы: существенные, обычные и случайные условия⁴⁵. Существенными условиями являются те условия, достижение соглашения по которым необходимо для возникновения договора. Отнесение условий к первой группе зависит от указаний закона, вида договора, соглашения сторон. Таким образом, существенными условиями в общем виде являются:

- 1) Условия о предмете договора;
- 2) Условия, названные в законе или иных нормативных актах как существенные;
- 3) Условия, необходимые для договоров данного вида;
- 4) Условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение (п.1 ст. 432 ГК РФ).

Существенными условиями договора розничной купли – продажи являются условия о предмете и цене. Условие о предмете считается согласованным, если определены наименование и количество товара.

Поскольку данный договор квалифицируется как договор присоединения, условие о цене является существенным условием договора. П. 1 ст. 500 ГК РФ предусматривает обязанность покупателя оплатить товар по цене, объявленной продавцом. Цена товара по общему правилу устанавливается одинаковой для всех покупателей (ст. 426 ГК РФ), поэтому покупатель не может непосредственно участвовать в её определении. Условия о предмете и цене также являются существенными при продаже дистанционным способом⁴⁶. Однако условие о цене некоторые исследователи относят ко второй группе

⁴⁵ Шершеневич, Г.Ф. Курс гражданского права // М., 2001;

⁴⁶ Белова О. А. Правовая природа договора дистанционной розничной купли-продажи :диссертация // Волгоград, 2010. С 22;

условий⁴⁷, что противоречит публичности данного договора, поэтому справедливо называть условие о цене существенным. К тому же, исходя из того, что при заключении договора исключен контакт продавца и покупателя при изменении цены товара с момента получения акцепта покупатель может считать договор незаключенным, не принимать товар и соответственно не нести неблагоприятные последствия.

Срок договора не является существенным условием, исключением из этого общего правила составляет продажа в кредит с рассрочкой платежа.

Оферта в договоре розничной купли – продажи может быть публичной. Для признания оферты публичной по дистанционному договору требуется содержание всех существенных условий договора, на это указывает п. 12 Правил продажи товаров дистанционным способом.

Следует учитывать, что Правила продажи товаров дистанционным способом 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. Указанные ограничения вполне логичны, поскольку дистанционная торговля подразумевает отсутствие личного контакта покупателя и продавца. При оказании услуг, за исключением работ (услуг), выполняемых (оказываемых) продавцом в связи с продажей товаров дистанционным способом, такой контакт происходит. В этом случае предложение заключения договора купли-продажи в порядке, установленном ст.26.1 Закона «О защите прав потребителей» (т.е. дистанционным способом продажи товаров), подпадает под действие ст. 437 ГК РФ, то есть под публичную оферту. В таких случаях сведения, предусмотренные п. 2 ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей», рассматриваются как необходимые (существенные) для заключения договоров соответствующего вида (ст. 432 ГК РФ). Таким образом, информация, которую в связи с его преддоговорной

⁴⁷ Блинов А. Продажа товаров дистанционным способом // Журнал Новая бухгалтерия, 2008. №1.

обязанностью должен предоставить продавец – посредник до заключения договора трансформируется в существенные условия договора. Следовательно, правила ст. 494 ГК РФ при дистанционной продаже не действуют.

Иные условия: качество, ассортимент и др. определяются по общим правилам купли – продажи с учетом особенностей, установленных законом для такого вида договора, и образуют вторую группу условий, которые именуется обычными. Их включение или не включение в положения договора значения не имеют, в том числе для признания договора заключенным или незаключенным. Так, к этой группе условий можно также отнести условие о сроке договора⁴⁸.

Последнюю группу условий составляют случайные условия, такие условия не должны противоречить действующему законодательству. Они не обязательны для договоров данного вида, но на их включении настаивает хотя бы одна из сторон. Если обе стороны настаивают на включении таких условий в договор, то они становятся существенными. Как правило, этой группы условий нет при дистанционном способе заключения договора купли – продажи, потому как покупатель заполняет уже готовую шаблонную форму заказа, где не предусмотрена возможность включения своих условий.

При передаче продавцу сообщения о своём намерении приобрести товар, в сообщении должны быть указан:

- 1) полное фирменное наименование (наименование) и адрес (место нахождения) продавца, фамилия, имя, отчество покупателя или указанного им лица (получателя), адрес, по которому следует доставить товар;
- 2) наименование товара, артикул, марка, разновидность, количество предметов, входящих в комплект приобретаемого товара, цена товара;
- 3) вид услуги (при предоставлении), время ее исполнения и стоимость;
- 4) обязательства покупателя.

Таким образом, в договоре участвуют две стороны: продавец и покупатель, а также спорный субъект – посредник. В общем виде он

⁴⁸ Витрянский В. В. Гражданское право. // М.: Издательство БЕК, 2008 г.

представляет собой лицо, которое от имени другого лица осуществляет передачу потенциально ценной информации, способствует заключению (исполнению) договора, а также оказывает другие сопутствующие услуги. Этот субъект не назван в законе, но именно он является фактическим продавцом, поэтому логично его относить к стороне продавца.

В главе сформулированы требования к передаваемому товару:

- 1) Товар или товар и услуга, сопутствующая товару;
- 2) Товар – продукция, свободно находящаяся в обороте;
- 3) Товар разрешен к дистанционной продаже;
- 4) Цель приобретения товара – личное потребление, не связанное с ведением предпринимательской деятельности. Здесь важно обратить внимание на количество товара, которое должно быть разумным

В результате анализа представленного правоотношения на уровне его элементов, можно сделать вывод о том, что права и обязанности посредника не регламентируются законом, но так как он выступает фактическим продавцом, обязанность предоставления информации возникает у него, так как он является лицом, передающим акцепт оферты продавцу – изготовителю, который уже содержит условия договора.

Форма договора розничной купли – продажи может быть как письменная, так и устная. Форма договора розничной купли – продажи, заключенного дистанционным способом – всегда письменная. Электронная форма договора, заключенного посредством сети «Интернет», законом приравнена к письменной форме договора.

Существенные условия – предмет и цена договора. Однако условие о цене некоторые исследователи относят ко второй группе условий, что, вероятно, противоречит публичности данного договора, поэтому справедливо называть условие о цене существенным. К тому же, исходя из того, что при заключении договора исключен контакт продавца и покупателя при изменении цены товара с момента получения акцепта покупатель может считать договор

незаклученным, не принимать товар и соответственно не нести неблагоприятные последствия. Информация, которую в связи с его преддоговорной обязанностью должен предоставить продавец – посредник до заключения договора трансформируется в существенные условия договора.

3. Заключение, изменение и расторжение договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом

3.1. Заключение договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом

Механизм заключения исследуемого договора представляется возможным рассмотреть поэтапно.

На первом этапе покупатель выбирает товар. Этот этап реализуется посредством ознакомления с предложенным продавцом описанием товара. Такое описание может содержаться в каталоге, проспекте, буклете, на фотоснимке, а также ознакомление может осуществляться с помощью средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными исключаящими возможность непосредственного ознакомления покупателя (потребителя) с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара) способами (п. 2 ст. 497 ГК РФ, п. 1 ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей»). Возможно ознакомление также путем визуальной демонстрации образцов товара (например, по телевизору в телемагазине). Рекламируя товар, продавец в случае необходимости должен сообщить покупателю о необходимости использования квалифицированных специалистов по подключению, наладке и пуску в эксплуатацию технически сложных товаров, которые по техническим требованиям не могут быть пущены в эксплуатацию без участия соответствующих специалистов.

Не является самостоятельным этапом, но может предшествовать указанному выше, - направление потенциальному покупателю по почте каталога, в котором содержатся условия покупки описанных в нем товаров и бланк заказа этих товаров. Такое действие продавца считается офертой. Потребителю достаточно заполнить бланк заказа и направить его продавцу⁴⁹.

Указанные выше действия в соответствии со ст. 494 ГК РФ признаются публичной офертой продавца, то есть предложением купить товар, сделанным

⁴⁹ Постановление Федерального арбитражного суда Московского округа от 11.07.2011 № Ф05-6124/11 по делу №А40-116981/2010 // СПС ГАРАНТ.

неопределенному кругу лиц. Однако имеется судебная практика, согласно которой интернет – магазины не обеспечивают обязательное ознакомление с публичной офертой, тем самым договором заключается посредством обычной оферты. Так, например, на сайте интернет – магазина lamoda при оформлении заказа указана надпись «нажимая на кнопку «отправить заказ», вы принимаете условия публичной оферты» выполнена шрифтом серого цвета, который незаметен на общем фоне, и позволяет продолжить оформление заказа, не заметив его⁵⁰.

На втором этапе после изучения информации о товаре покупатель направляет продавцу своё согласие купить товар. При этом покупатель должен указать все необходимые данные, чтобы продавец мог реализовать обязанность по передаче товара, также акцепт не должен быть анонимным. Таким образом, как правило, к заполнению предлагается уже готовая форма заказа. Если это печатный каталог - это специальная печатная форма, размещенная, например, на последней странице. Если каталожная торговля производится через представителей, форма заказа формируется у представителя. Если предложение поступает через интернет-магазин, продавец предлагает для оформления заказа заполнить электронную форму. Если лицо, покупающее товар, предлагает его к пересылке почтовым отправлением в адрес «До востребования», то доставка осуществляется таким способом только с согласия продавца.

Правила продажи товаров дистанционным способом закрепляют обязанность продавца при получении оформленного заказа от покупателя обеспечивать конфиденциальность персональных данных о покупателе в соответствии с законодательством РФ в области персональных данных. В настоящее время отношения в области защиты персональных данных регулируются Федеральным законом «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»⁵¹ от 27 июля 2006 г. №149-ФЗ и

⁵⁰ Решение Каменск-Шахтинского суда судебного участка №1 Ростовской области от 6.06.2017 по делу № 2-394/2017 // СПС ГАРАНТ;

⁵¹ Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ // СЗ РФ, 2006. №31. Ст. 3448;

Федеральным законом «О персональных данных»⁵² от 27 июля 2006 г. №152-ФЗ. Согласно ст. 9 Закона РФ «О персональных данных» применительно к рассматриваемой теме обработка персональных данных осуществляется только с согласия в письменной форме субъекта персональных данных. Письменное согласие субъекта персональных данных на обработку своих персональных данных должно включать в себя его ФИО, адрес; данные документа, удостоверяющего личность, его дату выдачи и выдавший орган; наименование и адрес оператора, получающего согласие; цель обработки персональных данных, перечень персональных данных; перечень действий с персональными данными, на совершение которых дается согласие, общее описание используемых оператором способов обработки персональных данных; срок, в течение которого действует согласие, а также порядок его отзыва.

В последующих случаях согласия на обработку персональных данных не требуется. Чтобы использовать и обрабатывать данные, они должны быть получены честным путем и в соответствии с правилами, установленными европейским и национальным законодательством; быть собранными и храниться только для осуществления четко обозначенной и законной цели в рамках деятельности организации-продавца; не использоваться кроме как для достижения этой цели, обрабатываться с учетом требуемой конфиденциальности и специальными пожеланиями потребителей, касающимися использования их персональных данных; быть актуальными и содержаться не дольше, чем это необходимо для осуществления предпринимательской деятельности организации, и согласно административным требованиям и обязательствам.

Интернет – магазины реализуют данное положение техническим способом. Согласие запрашивается на этапе регистрации на сайте или оформления заказа. В обоих случаях соглашающийся субъект «проставляет галочку» напротив пункта о согласии на обработку персональных данных или

⁵² О персональных данных: Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ // СЗ РФ, 2006. №31. Ст. 3451.

соглашения между покупателем и продавцом. Одновременно с этим покупатель должен быть оповещен о том, что он имеет право запрашивать и получать информацию о его персональных данных и пр. – предоставление указанной информации является обязанностью продавца. Потребитель может возражать против передачи своих персональных данных третьим лицам. Также если он желает избавиться от надоедливой рекламы в виде коммерческих предложений, необходимо обратиться в компанию или специальную службу, действующую на территории страны потребителя. Продавец обязан соблюдать права потребителя в этом вопросе.

Договор розничной купли – продажи считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или иного документа, подтверждающего оплату товара (ст. 493 ГК РФ). Но момент заключения договора может быть и иным, в частности, момент получения продавцом, сделавшим публичную оферту, сообщения покупателя о намерении приобрести товар⁵³. Таким образом, при дистанционном способе продажи товара заключение договора не ставится в зависимость от момента оплаты товара и выдачи чека, а определяется моментом сообщения покупателем продавцу своего намерения приобрести товар⁵⁴. От имени продавца действует посредник, при этом это лицо не обязано предъявлять покупателю документы, представляющие ему правомочия на заключение соответствующих сделок, так как в этом случае такие правомочия явствуют из обстановки, сопутствующей заключению договора розничной купли – продажи⁵⁵. Если при заключении договора в нем отсутствует условие о месте его заключения, то он считается заключенным в месте жительства гражданина или месте нахождения юридического лица, направившего оферту.

⁵³ Определение Кассационной коллегии Верховного Суда РФ от 8.12.2011 № КАС11-675 // СПС ГАРАНТ;

⁵⁴ Постановление Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 22.12.2015 № Ф01-5429/15 по делу № А31-13870/2014 // СПС ГАРАНТ;

⁵⁵ Постановление Федерального арбитражного суда Центрального округа от 10.06.2011 № Ф10-1895/11 по делу № А35-8519/2010 // СПС ГАРАНТ.

На следующем, третьем этапе, продавец обязан внести оплату за товар. Согласно ст. 500 ГК РФ, покупатель обязан оплатить товар по цене, объявленной продавцом в момент заключения договора розничной купли-продажи, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или не вытекает из существа обязательств. Данный этап наступает в каждой конкретной сделке в разное время. В целом, можно определить три способа оплаты: предоплата части стоимости товара, оплата в момент получения, постоплата. Во всех случаях продавец указывает подлежащую оплате денежную сумму, при невнесении которой продавец имеет право не доставлять товар, если таким правом он наделен, - явное проявления отказа покупателя от исполнения договора.

Если же продавец не исполняет обязанность по передаче вещи в установленный срок, то вторая сторона может требовать исполнения им данной обязанности, а в случае предварительной оплаты – требовать возврата уплаченной суммы. В этом случае (если иное не предусмотрено договором купли-продажи), на сумму предварительной оплаты подлежат уплате проценты в соответствии со ст. 395 ГК РФ со дня, когда по договору передача товара должна была быть произведена, до дня передачи товара покупателю или возврата ему предварительно уплаченной им суммы. Договором может быть предусмотрена обязанность продавца уплачивать проценты на сумму предварительной оплаты со дня получения этой суммы от покупателя.

Если в договоре предусмотрена оплата в момент получения товара или постоплата, то данный этап сдвигается ближе к этапу полного исполнения договора.

При оплате товаров покупателем в безналичной форме или продаже товаров в кредит (за исключением оплаты с использованием банковских платежных карт) продавец обязан подтвердить передачу товара путем составления накладной или акта сдачи-приемки товара.

Таким образом, оплата осуществляется потребителем 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, итогов дебетовых и кредитовых операций и т.п., а также иными документами, подтверждающими перевод денежных средств (например, подтверждением об исполнении распоряжения клиента об осуществлении перевода электронных денежных средств, выдаваемым клиенту оператором электронных денежных средств)⁵⁶.

Продавец сам устанавливает способы оплаты, которые прежде всего удобны для него. Как правило, это положение реализуется путем представления списка способов оплаты, а покупатель может оплатить любым удобным ему способом из перечисленных. Таким образом, закон никак не ограничивает право продавца устанавливать способы оплаты⁵⁷.

После оплаты заказа происходит формирование заказа, - это следующий этап реализации правоотношения. Помимо формирования заказа, необходимо снабдить товар всей необходимой письменной информацией, гарантийным талоном и пр., упаковке товара. После перечисленных действий продавец подготавливает товар к доставке. Обязательства продавца по передаче товара и иные обязательства, связанные с передачей товара, согласно п. 18 Правил продажи товаров дистанционным способом, возникают с момента получения продавцом соответствующего сообщения покупателя о намерении заключить договор.

В момент доставки товара до сведения покупателя в письменной форме доводится вся необходимая информация в соответствии с п. 9 Правил продажи товаров дистанционным способом (перечисление видов информации дано § 2.1 главы 2). Информация о товарах доводится до сведения покупателя в

⁵⁶ 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;

⁵⁷ Абова Т. Е. Комментарий к Гражданскому кодексу РФ ч. 2 (постатейный) // М.: Юрайт, 2008.

технической документации, прилагаемой к товарам, на этикетках, путем нанесения маркировки или иным способом, принятым для отдельных видов товаров. В момент доставки товара потребителю в письменной форме предоставляются две группы сведений: полная информация о товаре, и информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества. За непредоставление первой группы сведений наступают общие последствия, предусмотренные ст. 12 Закона «О защите прав потребителей», за непредоставление второй группы сведений - специальные последствия в виде увеличения до трех месяцев срока возврата товара надлежащего качества. Предоставление информации о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества - это, скорее, реализация права на просвещение, чем права на информацию, так как является разъяснением законодательства.

Далее следует непосредственно сама доставка товара. Возможно заключение договора с условием о доставке товара покупателю. В таком случае у продавца существует обязанность в установленный договором срок доставить товар в место, указанное покупателем, а если место доставки товара покупателем не указано, то в место его жительства. Как было сказано выше, продавец вправе использовать для доставки третьих лиц, но с обязательным уведомлением об этом покупателя. Типичный пример такого сотрудничества - сотрудничество каталожных фирм с Почтой России, использующих услуги последней для доставки товару потребителю.

Продавец также обязан соблюдать порядок и сроки доставки, которые установлены договором. Если срок не определен и нет возможности его определить, то товар передается в разумный срок. При неисполнении данной обязанности в этот срок, продавец обязан реализовать обязанность в семидневный срок со дня предъявления покупателем соответствующего требования.

В случае нарушения сроков передачи товара покупателю продавец несет ответственность в соответствии с гражданским законодательством РФ. Если товар был оплачен предварительно, но не доставлен в срок по вине продавца,

ответственность за нарушение срока передачи товара продавец будет нести по Закону «О защите прав потребителей», а именно по ст. 23.1, предусматривающей последствия нарушения продавцом срока передачи предварительно оплаченного товара потребителю.

Так, например, в случае нарушения установленного договором купли-продажи срока передачи предварительно оплаченного товара потребителю продавец уплачивает ему за каждый день просрочки неустойку (пени) в размере половины процента суммы предварительной оплаты товара. Неустойка (пени) взыскивается со дня, когда по договору купли-продажи передача товара потребителю должна была быть осуществлена, до дня передачи товара потребителю или до дня удовлетворения требования потребителя о возврате ему предварительно уплаченной им суммы. Следует учитывать, что сумма взысканной потребителем неустойки (пени) при этом не может превышать сумму предварительной оплаты товара. Если доставка товара произведена продавцом в установленные договором сроки, но товар не был передан покупателю по его вине, последующая доставка производится в новые сроки, согласованные с продавцом, после повторной оплаты покупателем стоимости услуг по доставке товара. Повторная оплата доставки не только компенсирует продавцу понесенные им расходы, но и послужит уроком для безответственного покупателя. Таким образом, здесь находит отражение принцип равенство сторон. Предоставляя дополнительные права покупателю, законодатель не забывает защитить продавца.

На последнем этапе реализации взаимоотношений продавца и покупателя происходит приём товара.

Если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или договором, договор розничной купли-продажи, заключенный дистанционным способом продажи товара, считается исполненным (п. 3 ст. 497 ГК РФ):

1) если место передачи товара таким договором определено - с момента доставки товара в место, указанное в таком договоре;

2) если место передачи товара таким договором не определено - с момента доставки товара по месту жительства покупателя-гражданина или месту нахождения покупателя - юридического лица.

Для получения доставленного товара необходимо предъявление квитанции или иного документа, подтверждающего заключение договора розничной купли-продажи или оформление доставки товара. Риск случайной гибели или случайного повреждения товара переходит на покупателя с момента, когда в соответствии с законом или договором продавец считается исполнившим свою обязанность по передаче товара покупателю. Соответственно, товар может получить и третье лицо.

Заслуживает внимание положение о товаре, который имеет индивидуально-определенные признаки. В этом случае покупатель вправе предъявить продавцу требования, предусмотренные ст. 398 ГК РФ: право требования данной вещи у продавца и передачи ее покупателю на предусмотренных договором условиях. Это право отпадает, если вещь уже передана третьему лицу (например, иному покупателю), имеющему право собственности на нее. Если вещь еще не передана, преимущество имеет тот из покупателей, с кем договор купли-продажи был заключен раньше, а если это невозможно установить тот, кто раньше предъявил иск. Вместо требования передать ему вещь, являющуюся предметом договора, покупатель вправе требовать возмещения убытков.

Например, при заказе товара, который может быть использован только покупателем (индивидуальный, например, по меркам), в случае неисполнения обязанности продавцом по его передаче (передача другому лицу по иному договору купли – продажи изготовленного товара) возможно отказаться от договора, уведомив об этом продавца. Если впоследствии товар будет доставлен, то покупатель имеет право не принимать, не оплачивать его и потребовать возмещения убытков. Так как товар имеет индивидуально-определенные признаки, вместо указанного выше способа у покупателя есть

право требовать передачи товара ему, при условии, что таковой не был вручен иному покупателю (находясь в процессе доставки).

Покупатель имеет право оплачивать только те сопутствующие товару услуги, о которых ему было известно в момент акцепта. Если продавец оказывает иные услуги и требует оплаты, вторая сторона договора не обязана их оплачивать.

Итак, при приеме товара покупатель проверяет целостность, комплектность товара, соответствие доставленного товара заказанному, наличие принадлежностей к товару и документации к товару и прочие характеристики и данные доставленной вещи. Если все в порядке, и покупатель полностью удовлетворен покупкой, он расписывается в акте приема-передачи товара или в доставочном листе. Если не использовалась предоплата, производится постоплата. На данном этапе сделки следует помнить, что до передачи вещи покупатель вправе отказаться от товара в любое время, а после передачи товара - в течение 7 дней (п. 21 Правил продажи товаров дистанционным способом). А в случае если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, покупатель вправе отказаться от товара в течение 3 месяцев с момента передачи товара.

В реализации правоотношения в рамках договора розничной купли – продажи, заключенного дистанционным способом возможен еще один этап, он не является обязательным, но может быть конечным, следующим после приема товара.. Данный этап находится уже за пределами непосредственного совершения сделки и касается реализации покупателем права на возврат товара, а также гарантийного обслуживания проданного товара. Условия возврата товара раскрыты в предыдущих главах работы.

С 1 января 2005 года ответственность перед потребителем несут также уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель. Понятие даётся в преамбуле Закона РФ «О защите прав потребителей», - организация, осуществляющая определенную деятельность,

или организация, созданная на территории Российской Федерации изготовителем (продавцом), в том числе иностранным изготовителем (иностранном продавцом), выполняющие определенные функции на основании договора с изготовителем (продавцом) и уполномоченные им на принятие и удовлетворение требований потребителей в отношении товара ненадлежащего качества, либо индивидуальный предприниматель, зарегистрированный на территории Российской Федерации, выполняющий определенные функции на основании договора с изготовителем (продавцом), в том числе с иностранным изготовителем (иностранном продавцом), и уполномоченный им на принятие и удовлетворение требований потребителей в отношении товара ненадлежащего качества.

Таким образом, механизм реализации договора выглядит следующим образом:

- 1) Преддоговорная стадия - ознакомление покупателя с товаром;
- 2) Направление покупателем согласия купить товар;

При дистанционном способе продажи товара заключение договора не ставится в зависимость от момента оплаты товара и выдачи чека, а определяется моментом сообщения покупателем продавцу своего намерения приобрести товар. Место заключения договора определяется местом нахождения покупателя.

- 3) Оплата товара;

Очередность наступления данного этапа в каждой сделке по приобретению товара дистанционным способом может варьироваться в зависимости от условий оплаты, предложенных продавцом. Продавец вправе выбирать способы оплаты. В случае применения схемы оплаты наложенным платежом, или оплаты после доставки товара на дом, то есть так называемой постоплаты, этап оплаты товара сдвигается ближе к этапу полного исполнения договора.

- 4) Выполнение продавцом своих обязательств по формированию заказа, снабжению товара всей необходимой письменной

информацией, гарантийным талоном и пр., упаковке товара, и, наконец, доставке;

5) Доставка товара;

Если договор заключен с условием о доставке товара покупателю, продавец обязан в установленный договором срок доставить товар в место, указанное покупателем, а если место доставки товара покупателем не указано, то в место его жительства. Для доставки товаров в место, указанное покупателем, продавец может использовать услуги третьих лиц (с обязательным информированием об этом покупателя).

6) Приём товара.

Если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или договором, договор розничной купли-продажи, заключенный дистанционным способом продажи товара, считается исполненным (п. 3 ст. 497 ГК РФ):

- если место передачи товара таким договором определено - с момента доставки товара в место, указанное в таком договоре;

- если место передачи товара таким договором не определено - с момента доставки товара по месту жительства покупателя-гражданина или месту нахождения покупателя - юридического лица.

7) Дополнительный этап. Реализации покупателем права на возврат товара, а также гарантийного обслуживания проданного товара.

Можно сделать вывод о том, что единого механизма реализации данного правоотношения не существует. Он представляется гибким, подстраиваясь под потребности сторон.

3.2. Изменение и расторжение договора купли – продажи, заключенного дистанционным способом

В соответствии со ст. 450 ГК РФ изменение и расторжение договора возможны по соглашению сторон, если иное не предусмотрено ГК РФ, другими законами или непосредственно заключенным договором.

Следует различать прекращение договора и его расторжение. Расторжение договора купли-продажи - это волевой акт, направленный на прекращение неисполненного надлежащим образом договора. Расторжение договора купли-продажи происходит:

- 1) По соглашению сторон;
- 2) По инициативе одной из сторон (через суд или без его участия);
- 3) По требованию государственного органа (например, антимонопольные органы);
- 4) В иных случаях, предусмотренных договором и ГК РФ.

Приоритетным с точки зрения законодательства является изменение и расторжение договора по соглашению сторон. Данное основание минимально регулируется, так как стороны находят взаимопонимание без вмешательства иных лиц. Ограничения права на изменение или расторжение договора розничной купли – продажи по соглашению сторон могут быть введены ГК РФ и другими законами.

В части первой ГК РФ предусмотрены некоторые общие положения, предоставляющие стороне право на односторонний отказ от исполнения договора розничной купли – продажи. Таким правом обладает сторона, в отношении которой не выполнено встречное обязательство, либо обстоятельства с очевидностью свидетельствуют, что оно не будет исполнено в установленный срок. Может им воспользоваться и кредитор при просрочке должника, если в связи с этим исполнение утратило для него интерес. Нормы, предоставляющие сторонам право на односторонний отказ от исполнения договора, можно подразделить на две группы. К первой относятся положения

ГК РФ в отношении договоров, существо которых предопределяет предоставление сторонам (или одной стороне) права отказаться от договора по их усмотрению, например по договору поручения – обеим сторонам. Во вторую группу входят нормы, предусматривающие такое право стороны в случаях, когда другая сторона нарушила свои обязательства, например по договору розничной купли-продажи, который является объектом исследования. Так как в данное правоотношение вступают экономически неравные субъекты, представляется целесообразной данная норма.

Ст. 451 ГК РФ содержит положения об изменении и расторжении договора в связи с существенным изменением обстоятельств. Существенным признается нарушение договора одной из сторон, которое влечет для другой стороны такой ущерб, что она в значительной степени лишается того, на что была вправе рассчитывать при заключении договора. Обстоятельства в этом случае изменяются после заключения договора настолько радикально, что, если бы стороны могли это разумно предвидеть, договор вообще не был бы ими заключен или был бы заключен на значительно отличающихся условиях. В подобной ситуации речь идет не о невозможности исполнения договорных обязательств, а о крайней затруднительности. Исполнить договор при таких условиях в принципе возможно, но это приведет к настолько нежелательным последствиям для стороны, что теряется сам смысл вступления в договорные отношения, которые должны быть по общему правилу взаимовыгодными. Относительно к дистанционному договору ярким примером существенного нарушения стороны обязанностей по договору является не передача продавцом товара после его оплаты покупателем, если иное не предусмотрено договором. Так, в Краснофлотский районный суд города Хабаровска обратилась истец с требованием о расторжении договора в связи с существенным нарушением договора продавцом. По условиям дистанционного договора купли – продажи, заключенного между сторонами, продавец обязан доставить товар в течение 10 дней после оплаты покупателем товара на расчетный счет в банке. Деньги были получены, но товар передан не был. Суд безоговорочно принял позицию

покупателя, взыскав с ответчика денежные средства, переданные по договору, неустойку, компенсацию морального вреда и расходы на оплату услуг представителя⁵⁸.

Возможность изменить или расторгнуть договор в связи с существенным изменением обстоятельств, из которых стороны исходили при заключении договора, ГК РФ связывает со строго определенными случаями, указанными в ст. 451 ГК РФ. П. 2 ст. 451 ГК РФ устанавливает, что, если стороны не достигли соглашения о приведении договора в соответствие с существенно изменившимися обстоятельствами или о его расторжении, договор может быть расторгнут, а по основаниям, предусмотренным п. 4 настоящей ст., изменен судом по требованию заинтересованной стороны при наличии одновременно следующих условий:

1) в момент заключения договора стороны исходили из того, что такого изменения обстоятельств не произойдет;

2) изменение обстоятельств вызвано причинами, которые заинтересованная сторона не могла преодолеть после их возникновения при той степени заботливости и осмотрительности, какая от нее требовалась по характеру договора и условиям оборота⁵⁹;

3) исполнение договора розничной купли – продажи без изменения его условий настолько нарушило бы соответствующее договору соотношение имущественных интересов сторон и повлекло бы для заинтересованной стороны такой ущерб, что она в значительной степени лишилась бы того, на что была вправе рассчитывать при заключении договора;

4) из обычаев делового оборота или существа договора розничной купли – продажи не вытекает, что риск изменения обстоятельств несет заинтересованная сторона. Само по себе существенное изменение обстоятельств не служит основанием для изменения договора, если им

⁵⁸ Решение Краснофлотского районного суда г. Хабаровска от 22.12.2015 по делу №2-2286/2015 [Электронный ресурс] // РосПравосудие – Режим доступа: <https://rospravosudie.com/>;

⁵⁹ Новицкий И. Б. Римское частное право // М.: Проспект, 1996.

предусмотрено или из него вытекает иное. Так, если стороны, заключая договор на длительный срок, согласились, что указанные в нем цены являются твердыми и не подлежат изменению, следует считать, что каждая из них приняла на себя риск возможного повышения или понижения цен. Регулирование основано на той предпосылке, что при заключении договора стороны определяют его условия исходя из разумной оценки обстоятельств, в которых он будет исполняться. При этом должны учитываться состояние экономического оборота и тенденции его развития, существующие обязательные правила, которые необходимо соблюдать при исполнении договора. Например, предметом оценки могут быть уровень и тенденции: цен на товары, являющиеся предметом договора, сырье, материалы, топливо и энергию, используемые при их изготовлении; стоимости рабочей силы; налогообложения; размера транспортных тарифов. Условия договора, определенные с учетом результатов такой оценки, отражают стремление сторон обеспечить баланс их имущественных интересов. Баланс имущественных интересов сторон может быть нарушен любым изменением обстоятельств. Однако только их существенное изменение признается основанием изменить или расторгнуть договор. Таким образом, если договор заключен не в российских рублях, а к моменту оплаты курс валюты значительно изменился, суд не усмотрит здесь существенного изменения обстоятельств. Можно говорить о том, что ГК РФ сводит к минимуму возможность расторжения договора в связи с существенным изменением обстоятельств. В данном случае следует опираться на Закон «О защите прав потребителей», который в ст. 18 признает за потребителем право в случае обнаружения недостатков товара отказаться от исполнения договора вне зависимости от значимости недостатка.

Соглашение об изменении или о расторжении договора совершается в той же форме, что и договор, если из закона, иных правовых актов, договора или обычаев делового оборота не вытекает иное. Договором может быть установлено, что соглашение сторон об изменении или расторжении договора совершается в иной форме, чем сам договор. Иная форма может вытекать также

из закона, иных правовых актов или обычаев делового оборота. Так, согласно ГК РФ в качестве отказа от исполнения договора розничной купли-продажи рассматриваются конклюдентные действия покупателя, выразившиеся в неоплате товара в срок, установленный договором, предусматривавшим предоплату, или его неявка либо несовершение иных действий для принятия товара в определенный срок, когда договор предусматривал, что товар не может быть продан другому покупателю⁶⁰.

В связи с ограниченными возможностями покупателя при выборе товара в данном виде продажи, ему как менее защищенной стороне предоставляются дополнительные, специальные права. Так, в ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей» (п.4) установлено право потребителя на отказ от товара в любое время до его получения, а также после получения - в течение 7 дней - без объяснения причин. Дополнительные права покупателям при дистанционной торговле важны потому, что в этом случае товары приобретаются без ознакомления с ними, а потребовать возврата денег либо обмена или возврата товара от такого виртуального продавца затруднительно.

Следует обратить внимание на то, что с момента заявления согласия о приобретении товара, а продавцом подтверждения заказа, последний не вправе изменять условия договора – то есть изменять цену или условия приобретения. Если условия будут изменены, то вы вправе настаивать на заключении договора на предъявленных изначально условиях. Таковы правила публичного договора, заключенного на основании публичной оферты.

Согласно же п. 2 ст. 428 ГК потребитель, как присоединившаяся сторона, вправе потребовать изменения или расторжения договора, если договор исключает или ограничивает ответственность другой стороны за нарушение обязательств. В таком случае условия договора, ущемляющие права потребителя по сравнению с правилами, установленными Законом РФ «О защите прав потребителей» признаются недействительными.

⁶⁰ Калпин А. Г. Гражданское право // М.: Юрист, 2008. С.453.

В случае обнаружения покупателем в товаре недостатков и выставлении продавцу требований в части расторжения договора купли-продажи и возврата ему уплаченной за товар суммы, право требовать возвращать товар принадлежит продавцу. Такой порядок установлен ст. 18 Закона РФ «О защите прав потребителей». Исходя из положений данной статьи, покупатель обязан вернуть товар с недостатками только если того требует сам продавец. Поэтому вполне возможно, что продавец, учитывая какие расходы он понесет из-за доставки к себе на склад некачественного крупногабаритного товара, учитывая, наличие или отсутствие запчастей для ремонта такого некачественного товара, просто придет к выводу, что ему это экономически невыгодно и сам предложит покупателю не возвращать такой товар.

В Законе РФ «О защите прав потребителей» не закреплен порядок возврата денег и товара продавцом и покупателем при расторжении договора купли-продажи дистанционным способом. В этом случае, исходя из торговой практики, по-видимому, должны использоваться обычаи делового оборота. Но в законе закреплен срок, в течение которого возврат денег и товара должен осуществляться не позднее, чем через 10 дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования, при этом исключаются расходы на доставку только в одну сторону - от потребителя назад продавцу. Если товар был оплачен предварительно, то ответственность за непередачу товара в установленный срок, продавец будет нести по Закону РФ «О защите прав потребителей»⁶¹.

На дистанционную торговлю не распространяются ограничения на возврат (обмен) товаров надлежащего качества, включенных в Перечень непродовольственных товаров, не подлежащих возврату, так как у потребителя имеется безусловное право на отказ от товара, приобретенного дистанционным

⁶¹ Марчук М.А. Момент заключения договора продажи товара дистанционным способом // Журнал Юрист, 2009. №3. С. 68;

способом, специальных указаний также не содержится, - на это указал Волгоградский областной суд в Кассационном определении⁶².

Отдельно следует остановиться на возврате технически сложных товаров. Так, известен случай из практики, когда истец приобрел в интернет-магазине бытовой техники ноутбук. После его доставки он произвел внешний осмотр доставленного товара и, поскольку замечаний к внешнему виду не возникло, истцом были подписаны документы. Когда он включил ноутбук, товар оказался неисправен: при включенном ноутбуке на экране имелись полосы, которые указывали на повреждение матрицы. Покупатель в этот же день написал претензию о возврате денежных средств, уплаченных за некачественный товар. Ответчик посчитал, что в связи с тем, что нарушение целостности матрицы экрана ноутбука произошло после передачи вещи покупателю, продавец не отвечает за обнаруженный недостаток вещи и денежные средства возврату не подлежат. Истец обратился в суд с иском о взыскании стоимости ноутбука, неустойки, расходов на оплату услуг представителя и компенсацию морального вреда. Суд удовлетворил требования истца, указав, что ноутбук приобретен истцом дистанционным способом на сайте ответчика посредством заключения договора публичной оферты. Факт заключения договора подтверждается контрольно-кассовым и товарным чеками. В соответствии с Постановлением Правительства РФ «Об утверждении Перечня технически сложных товаров»⁶³ ноутбуки отнесены к технически сложным товарам. В соответствии с п. 2 ст. 475 ГК РФ в случае существенного нарушения требований к качеству товара (обнаружение неустранимых недостатков, а также тех, которые не могут быть устранены без несоразмерных расходов или затрат времени или выявляются неоднократно либо проявляются вновь после их устранения, и других подобных недостатков) покупатель вправе по своему выбору: отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за

⁶² Кассационное определение Волгоградского областного суда от 15.07.2011 по делу № 33-9648 // СПС Консультант-Плюс.

⁶³ Об утверждении Перечня технически сложных товаров: Постановление Правительства РФ от 10.11.2011 № 924 // СЗ РФ, 2011. №46. Ст. 6539;

товар денежной суммы либо потребовать замены товара ненадлежащего качества товаром, соответствующим договору. Совокупность собранных по делу доказательств свидетельствует о том, что в ноутбуке, приобретенном истцом у ответчика, выявлен недостаток товара, который по своему характеру приводит к невозможности использования данного товара по его целевому назначению. В этой связи суд нашел обоснованными и подлежащими удовлетворению искивые требования⁶⁴.

Исполнитель (продавец) не вправе отказывать потребителю в исполнении договора из-за ненадлежащих действий по исполнению этого договора посредником, - на это указал Верховный суд РФ, тем самым признавая наличие еще одного субъекта в данном правоотношении.

Иные основания изменения и расторжения договора не видоизменены с учётом особенностей дистанционного способа продажи.

Принцип свободы договора имеет важное значение не только при возникновении, но и при расторжении договора. Современная практика договорной работы показывает, что прекращение договорных обязательств не всегда осуществляется в точном соответствии с законодательством⁶⁵.

Таким образом, основные основания расторжения и изменения договора являются типичными для данного вида договора. Привнесены необходимые изменения с учетом способа заключения договора. Так, покупателю предоставлено право одностороннего отказа от товара в любое время до его получения, а также после получения - в течение 7 дней - без объяснения причин.

В законе не закреплён порядок возврата денег и товара продавцом и покупателем при расторжении договора купли-продажи, но урегулирован срок такого возврата - не позднее, чем через 10 дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования. На практике это создаёт

⁶⁴ Решение Чкаловского районного суда г. Екатеринбурга Свердловской области от 17.04.2013 по делу № 2-1482/2013 // СПС ГАРАНТ;

⁶⁵ Сергеев А.П., Толстой Ю.К. Учебник по гражданскому праву. Часть 2 // М.: Проспект, 2009.

определенные трудности. Представляется, что возврат должен осуществляться тем же способом, что и внесение оплаты. Так как покупки могут оплачиваться с банковского счета, то возврат денежных средств занимает определенное время, которое в отдельных случаях может превышать 10 дней. Но обязанность продавца по возврату денежных средств будет исполнена ранее, чем они поступят на счет покупателя.

Важно отметить, что условия договора, ущемляющие права потребителя по сравнению с правилами, установленными Законом РФ «О защите прав потребителей» признаются недействительными.

Заключение

Развитие технологий является предпосылкой развития правовой системы, регулирования отдельных её институтов. Недавно появившаяся дистанционная торговля набирает обороты, в то время правовое регулирование не успевает совершенствоваться, вследствие чего возникают проблемы в регулировании нового института. России предстоит свой путь налаживания системы регулирования такого института как дистанционная продажа.

Дистанционные продажи известны истории торговли, а популярность данного способа заключения договора обусловлена потребительским спросом. Покупатель стремится к уникальности, приобретая недоступные в своей местности товары, а также к удобству, получая их на дом.

Для продавца явными являются преимущества:

- 1) маленький штат сотрудников;
- 2) нет необходимости иметь торговые помещения, следовательно нет расходов на аренду и оформление магазина;
- 3) возможность реализовать товар вне места нахождения;

А для покупателя это:

- 1) экономия времени;
- 2) возможность заказать необходимые товары, не выходя из дома;
- 3) большой ассортимент товаров;
- 4) обычно более низкие цены, чем в магазине;
- 5) возможность выбора различных способов оплаты товаров: наличными курьеру, наложенным платежом, «электронными деньгами», с помощью банковских карт и т.д.

При изучении правовой природы договора дистанционной розничной купли – продажи выявлено две точки зрения на природу данного договора:

- 1) самостоятельный договор;
- 2) форма договора розничной купли – продажи.

Доводы о самостоятельной природе договора не являются убедительными, так как положения о договоре розничной купли – продажи в большей части применимы к исследуемому договору. Таким образом, сформулировано понятие и выделены признаки дистанционного договора.

Договор розничной купли – продажи, заключенный дистанционным способом – форма договора розничной купли – продажи товаров и сопутствующих услуг, при которой ознакомление потребителя с товаром происходит на основании визуальных образов и текстового описания с помощью различных каналов связи, заключаемый вне стационарных мест торговли, и исполнение по которому осуществляется с помощью посредника.

В выведенном определении максимально сосредоточены особенности, которые приобретает договор с дистанционным способом заключения, при этом определение не является громоздким и доступно для восприятия потребителя.

Сформулированы следующие признаки договора:

- 1) Консенсуальный;
- 2) Возмездный;
- 3) Взаимный;
- 4) Двусторонний (синаллагматический);
- 5) Публичный; как правило, договор присоединения, если иное не предусмотрено законом или договором розничной купли – продажи;
- 6) Может заключаться путём публичной оферты;
- 7) Предмет – товар, сопутствующие услуги для личного потребления (не в предпринимательских целях);
- 8) Субъектный состав: потребитель, продавец, посредник;
- 9) Потребитель не имеет возможности непосредственного ознакомления с товаром или его образцом до заключения договора и в момент его заключения;
- 10) Заключение вне стационарных мест торговли;

- 11) Особый способ оплаты (через агента, электронные деньги);
- 12) Существенные условия: предмет, цена;
- 13) Своеобразный перечень обязательной к предоставлению информации.

Дистанционность достигается с помощью различных способов, часть из которых перечислена в Правилах продажи товаров дистанционным способом: буклеты, каталоги, сеть «Интернет» и др. Открытый список способов подстраивается под нужды общества, которое каждый день развивается; а также позволяет потребителю чувствовать себя более защищенным.

На законодательном уровне разработаны ограничения к товарам, которые могут продаваться дистанционным способом. С помощью анализа действующего законодательства требования к товару представляется возможным сформулировать следующим образом:

- 1) Товар или товар и услуга, сопутствующая товару;
- 2) Товар – продукция, свободно находящаяся в обороте;
- 3) Товар разрешен к дистанционной продаже;
- 4) Цель приобретения товара – личное потребление, не связанное с ведением предпринимательской деятельности. Здесь важно обратить внимание на количество товара, которое должно быть разумным.

В договоре участвуют две стороны: продавец и покупатель.

Остановимся подробнее на правовом статусе покупателя. Покупатель – физическое лицо; индивидуальный предприниматель и юридическое лицо, приобретающие товар для использования не в предпринимательских целях. Правовое положение покупателя не вызывает сомнений: он пользуется всеми правами и обязанностями по договору розничной купли – продажи, при этом наделен дополнительными правами и некоторыми обязанностями, которые предоставляют ему дополнительные гарантии. В частности, законодателем предоставлено право потребителю на отказ от товара, для определения такой

ситуации используется термин «охлаждение к покупке - cooling to purchase», он пришел к нам из тех стран, где дистанционная торговля возникла намного раньше. В литературе нет однозначной оценки насчет предоставления такого права покупателю. На мой взгляд, это справедливо, потому как при выборе товара у покупателя ограничены возможности. Дополнительные права покупателям при дистанционной торговле важны потому, что в этом случае товары приобретаются без ознакомления с ними, а потребовать возврата денег либо обмена или возврата товара от такого виртуального продавца затруднительно.

Продавец - юридическое лицо, индивидуальный предприниматель. Так как у покупателя присутствуют дополнительные права, у продавца, как у экономически сильной стороны правоотношения, имеются дополнительные обязанности. В частности, дан перечень информации, необходимой для раскрытия потребителю, в расширенном виде, по отношению к классическому договору розничной купли – продажи. Это положение также справедливо в виду особенностей ознакомления покупателя с товаром. Также продавец обязан предложить покупателю услуги по доставке товаров путем их пересылки почтовыми отправлениями или перевозки с указанием используемого способа доставки и вида транспорта (п. 3 Правил продажи товаров дистанционным способом). Для доставки товаров в место, указанное покупателем, продавец может использовать услуги третьих лиц (с обязательным информированием об этом покупателя).

Спорной фигурой правоотношения является посредник. Посредник в общем виде представляет собой лицо, которое от имени другого лица осуществляет передачу потенциально ценной информации, способствует заключению (исполнению) договора, а также оказывает другие сопутствующие услуги. Этот субъект не назван в законе, но именно он является фактическим продавцом, поэтому логично его относить к стороне продавца. Отношения между продавцом и посредником, как правило, регулируются с помощью соглашения, по своей правовой природе, напоминающего дистрибьюторский

договор. Необходимо появления посредника в законодательстве, а также регламентации его отношений с продавцом. Данная мера обезопасит всех участвующих в правоотношении лиц, так как в настоящее время возникают трудности определения прав и обязанностей посредника.

Права и обязанности посредника не регламентируются законом, но так как он выступает фактическим продавцом, обязанность предоставления информации возникает у него, так как он является лицом, передающим акцепт оферты продавцу – изготовителю, который уже содержит условия договора.

Форма договора розничной купли – продажи может быть как письменная, так и устная. Форма договора розничной купли – продажи, заключенного дистанционным способом – всегда письменная. Электронная форма договора, заключенного посредством сети «Интернет», законом приравнена к письменной форме договора.

Существенные условия – предмет и цена договора. Однако условие о цене некоторые исследователи относят ко второй группе условий, что, на мой взгляд, противоречит публичности данного договора, поэтому справедливо называть условие о цене существенным. К тому же, исходя из того, что при заключении договора исключен контакт продавца и покупателя при изменении цены товара с момента получения акцепта покупатель может считать договор незаключенным, не принимать товар и соответственно не нести неблагоприятные последствия. Информация, которую в связи с его преддоговорной обязанностью должен предоставить продавец – посредник до заключения договора трансформируется в существенные условия договора.

Механизм реализации договора выглядит следующим образом:

- 1) Преддоговорная стадия - ознакомление покупателя с товаром;
- 2) Направление покупателем согласия купить товар;

При дистанционном способе продажи товара заключение договора не ставится в зависимость от момента оплаты товара и выдачи чека, а определяется моментом сообщения покупателем продавцу своего намерения

приобрести товар. Место заключения договора определяется местом нахождения покупателя.

3) Оплата товара;

Очередность наступления данного этапа в каждой сделке по приобретению товара дистанционным способом может варьироваться в зависимости от условий оплаты, предложенных продавцом. Продавец вправе выбирать способы оплаты. В случае применения схемы оплаты наложенным платежом, или оплаты после доставки товара на дом, то есть так называемой постоплаты, этап оплаты товара сдвигается ближе к этапу полного исполнения договора.

4) Выполнение продавцом своих обязательств по формированию заказа, снабжению товара всей необходимой письменной информацией, гарантийным талоном и пр., упаковке товара, и, наконец, доставке;

5) Доставка товара;

Если договор заключен с условием о доставке товара покупателю, продавец обязан в установленный договором срок доставить товар в место, указанное покупателем, а если место доставки товара покупателем не указано, то в место его жительства. Для доставки товаров в место, указанное покупателем, продавец может использовать услуги третьих лиц (с обязательным информированием об этом покупателя).

6) Приём товара.

Если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или договором, договор розничной купли-продажи, заключенный дистанционным способом продажи товара, считается исполненным (п. 3 ст. 497 ГК РФ):

- если место передачи товара таким договором определено - с момента доставки товара в место, указанное в таком договоре;

- если место передачи товара таким договором не определено - с момента доставки товара по месту жительства покупателя-гражданина или месту нахождения покупателя - юридического лица.

7) Дополнительный этап. Реализации покупателем права на возврат товара, а также гарантийного обслуживания проданного товара.

В законе не закреплён порядок возврата денег и товара продавцом и покупателем при расторжении договора купли-продажи дистанционным способом, но урегулирован срок такого возврата - не позднее, чем через 10 дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования. На практике это создаёт определённые трудности. На мой взгляд, возврат должен осуществляться тем же способом, что и внесение оплаты.

Правовое регулирование будет осуществляться эффективно, если на законодательном уровне восполнить существующие на сегодняшний день проблемы, которые выявлены при определении правового положения посредника, реализации возврата денежных средств. Предложенные пути решения могут обезопасить от рисков как продавцов, так и покупателей.

В настоящее время договор превращается в самостоятельное и главное средство регулирования экономических отношений, что однако не позволяет его называть самостоятельным видом договора. Предоставленная свобода в заключении договора, свобода в определении его содержания, формирования условий без должной регламентации основных положений уже создала проблемы на практике, которые требуют скорейшего их решения, иначе недобросовестные участники оборота будут пользоваться недостатками законодательного регулирования.

Представляется, что достигнуть эффективного правового регулирования без включения в законодательство специальных предписаний о торговле в Интернете невозможно.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что договор розничной купли – продажи, заключенный дистанционным способом – это явление, обусловленное развитием общества, однако неурегулированное в полной мере, поэтому чувствовать себя в полной безопасности потребителю приходится только при желаемом результате исполнения договора. При возникновении трудностей появляется необходимость установить непосредственного

покупателя, способы связи с ним – уже на этом этапе механизм защиты прав потребителя несовершенен, в частности, если договор заключен в виртуальной действительности. Мною были предложены пути восполнения недостатков в регулировании, которые являются обоснованными и заслуживают внимания.

В заключение хочу отметить, что прогресс не стоит на месте, с течением времени в каждый договор привносятся свои изменения, которые заслуживают внимания и пересмотра правового регулирования. Видится, рост развития технологий настолько существенен, что закон не поспевает за ним. К тому же невозможно урегулировать то, чего еще нет, а когда возникает новое явление, важно, чтобы существовали общие положения, с помощью которых возможность урегулировать справедливо возникающие споры, до принятия изменений на законодательном уровне. Самое главное – защита прав и законных интересов участников имущественного оборота.

Список использованных источников

Нормативно 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. Режим доступа: <http://www.emota.org/onderwerpen/europe.asp?navid=3&subnavid=1>;
2. Конституция Российской Федерации (принята на всенародном голосовании 12 декабря 1993 г.) // Российская газета, 1993. №237;
3. Гражданский кодекс РФ (ч. 2): Федеральный закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ // СЗ РФ, 1996. №5. ст.410;
4. Кодекс РФ об административных правонарушениях: Федеральный закон от 30.12.2001 № 195-ФЗ // СЗ РФ, 2002. №1. Ст. 1;
5. О защите прав потребителей: Федеральный Закон от 7.02.1992 № 2300-1-ФЗ // СЗ РФ, 2007. №44. Ст.5282;
6. О наркотических средствах и психотропных веществах: Федеральный закон от 8.01.1998 № 3-ФЗ // СЗ РФ, 1998. №2. Ст. 219;
7. О персональных данных: Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ // СЗ РФ, 2006. №31. Ст. 3451;
8. О рекламе: Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ // СЗ РФ, 2006. №12. Ст. 1232;
9. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ // СЗ РФ, 2006. №31. Ст. 3448;
10. Об оружии: Федеральный закон от 13.12.1996 № 150-ФЗ // СЗ РФ, 1996. №51. Ст. 5681;
11. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ // СЗ РФ, 2010. №1. Ст. 2.;

12. О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена: Указ Президента РФ от 22.02.1992 № 179 // Российская газета, 1992 г. N 61;
13. Об утверждении Перечня технически сложных товаров: Постановление Правительства РФ от 10.11.2011 № 924 // СЗ РФ, 2011. №46. Ст. 6539;
14. 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 // СЗ РФ, 1998. №4. Ст. 482;
15. Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом: Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 №612 // СЗ РФ, 2007. №41. ст. 4894;
16. Об утверждении Правил продажи товаров по образцам: Постановление Правительства РФ от 21.07.1997 №918 // СЗ РФ, 1997. №30. ст. 3657;
17. О введении в действие санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.3.2.1290-03 (вместе с «СанПиН 2.3.2.1290-03. 2.3.2. Продовольственное сырье и пищевые продукты. Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД). Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы»: Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 17.04.2003 № 50 // утв. Главным государственным санитарным врачом РФ 17.04.2003 (Зарегистрировано в Минюсте РФ 15.05.2003 №4536);
18. О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом: Письмо Федеральной службы по надзору в сфере

защиты прав потребителей и благополучия человека от 12.10.2007 № 0100/10281-07-32 // Журнал Документы и комментарии, 2007. №22;

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;

Специальная литература

20. Абова Т. Е. Комментарий к Гражданскому кодексу РФ ч. 2 (постатейный) // М.: Юрайт, 2008;

21. Автор Александр. Интернет торговля: розница или дистанционка? [Электронный ресурс]: от 20.03.2015 // Юрист РФ - Режим доступа: <http://juristrf.ru/>;

22. Ананько А. Заключение договоров путем электронного обмена данными [Электронный ресурс]: от 17.05.2014 // Право и интернет — Режим доступа: <http://www.russianlaw.net/law/doc/a123.html>;

23. Алексеев С.С. Гражданское право в вопросах и ответах: учеб. пособие // Екатеринбург, изд-во Проспект, 2009;

24. Белова О. А. Купля-продажа по образцам: специфика содержания // Ученые записки (выпуск десятый): сб. статей. Волгоград: Издательство ВИЭСП, 2008. № 10;

25. Белова О. А. Правовая природа договора дистанционной розничной купли-продажи :диссертация // Волгоград, 2010. С 22;

26. Белова О. А. Сравнительный анализ продажи товара по образцам с договором дистанционной розничной купли-продажи // Мы и право: научно-практический журнал, 2010. № 2 (7);

27. Блинов А. Продажа товаров дистанционным способом // Журнал Новая бухгалтерия, 2008. №1;

28. Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право: Общие положения. // М., 1997. С. 224;
29. Витрянский В. В. Гражданское право. // М.: Издательство БЕК, 2008;
30. Витрянский В. В. Договор купли-продажи и его отдельные виды. // М., 1999. С. 232-233;
31. Дмитрик Н.А. Способы осуществления субъективных гражданских прав и исполнения обязанностей с использованием сети Интернет // Диссертация. М., 2007. С. 9, 17 – 18;
32. Евецкий А. А. О договоре между отсутствующими // Журнал гражданского и уголовного права. 1880. Кн. 4. С. 328-329;
33. Зак А. Ю. Защита прав потребителей при осуществлении специальной коммерческой практики в России и ЕС // Журнал Право и политика, 2010. №7. С. 1278-1289;
34. Зак А.Ю. Нарушения прав потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной продажи в Интернете и способы их преодоления // Журнал «Современное право», №8, 2010, С. 78;
35. Казанцев, В.И. Терминологический словарь по гражданскому праву // М. : Изд-во Экзамен, 2007. С. 287;
36. Калпин А. Г. Гражданское право // М.: Юрист, 2008. С.453;
37. Катков В. Д. Заключение договоров при посредстве электричества // Журнал С-Петербур. Юрид. Об-ва. 1896. Кн. 7. С. 231-233;
38. Кузьменко А. С. Договор розничной купли – продажи в сфере дистанционной торговли, диссертация // Москва, 2010;
39. Левашов С. Электронные деньги // Журнал Юрист, 2005. №48;
40. Маковский А. Л. Гражданское уложение Германии. Ввод. закон к Гражданскому уложению: перевод с немецкого // М.: Волтерс Клувер, 2006. С. 25;
41. Марчук М.А. Момент заключения договора продажи товара дистанционным способом // Журнал Юрист, 2009. №3. С. 68;

42. Масыкин А.Н. Традиции защиты прав потребителя в обеспечении качества товара // Вестник ТГУ, 2007. Вып. 10 (54). С. 226;
43. Матвеев И. Юридическое значение формы сделки и ответственность за ее нарушение // Журнал Хозяйство и право, 2001. № 12. С. 90—97;
44. Мейер Д.И. Русское гражданское право // М. : Статут, 2003. С. 831;
45. Новицкий И. Б. Римское частное право // М.: Проспект, 1996;
46. Орешкина О.В. Дистанционная торговля товарами // Журнал Внешнеторговое право, 2007. №1. С 85;
47. Парций Я. Е. Комментарий к Закону РФ «О защите прав потребителей» // М.: Норма, 2007. С. 367;
48. Победоносцев К. Г. Курс гражданского права // СПб.; Синодальная типография, 1896 // СПС Гарант. Информационный блок «Классика российского правового наследия». М., 2009;
49. Пугинский Б.И. Проблема регулирования торгового посредничества // Журнал Коммерческое право. 2008. № 2 (3). С. 6-10;
50. Райзберг, Б.А. Универсальный бизнес-словарь // М.: Инфра-М, 1997. С. 632;
51. Ровный В.В. Общая характеристика договора купли-продажи: В помощь студентам и аспирантам // Сибирский юридический вестник, 2001. № 3 . С. 26 – 37;
52. Рыков А.Ю. Гражданско-правовое регулирование сделок в глобальной компьютерной сети Интернет // Диссертация, М., 2009. С. 201;
53. Садиков О. Н. Комментарий к Гражданскому кодексу РФ, ч. 2 (постатейный) // М.: Юридическая фирма Контракт, 1998. С. 495;
54. Салиев И.Р. Гражданско-правовое регулирование электронной торговли в России: Современная правовая модель // Диссертация, Казань, 2013. С. 203;
55. Семенихин В.В. Торговля: торговля через интернет-магазин // Журнал Налоги. 2011. № 32. С. 7–12;

56. Семенихин В. В. Торговля. Энциклопедия // М.: Изд-во ГроссМедиа, РОСБУХ, 2010;
57. Сергеев А.П., Толстой Ю.К. Учебник по гражданскому праву. Часть 2 // М.: Проспект, 2009;
58. Суханов Е. А. Гражданское право: Учебник. В 4 т. Т. 3: Обязательственное право // М.: Статут, 2010. // СПС Консультант-Плюс;
59. Тиме Я. Дистанционная торговля // М.: Вершина, 2006. С. 149–150;
60. Хисматулин О. Ю. Отдельные аспекты развития правового регулирования дистанционной торговли в России // Евразийская адвокатура. 2016, №2, (21);
61. Хорошавина Н. Ю. Правовое регулирование договорных отношений розничной купли – продажи, диссертация // Казань, 2007;
62. Хужин С. М. Договор купли-продажи. Лекция. // Н.Новгород: НПА, 2006;
63. Цитович П. П. Учебник торгового права. // Киев: М., 2009. С. 164-165;
64. Шершеневич, Г.Ф. Курс гражданского права // М., 2001;
65. Koerppen Albert. Der obligatorische Vertrag unter Abwesendem: Eine zivilistische Abhandlung Jena. Mauke, 1871;

Судебная практика

66. 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;
67. Определение Кассационной коллегии Верховного Суда РФ от 8.12.2011 № КАС11-675 // СПС ГАРАНТ;
68. Постановление Федерального арбитражного суда Центрального округа от 10.06.2011 № Ф10-1895/11 по делу № А35-8519/2010 // СПС ГАРАНТ;

69. Постановление Федерального арбитражного суда Уральского округа от 17.05.2010 № Ф09-3608/10-С1 по делу № А47-11060/2009 // СПС ГАРАНТ;
70. Постановление Десятого арбитражного апелляционного суда от 23.09.2014 по делу № А41-6880/14 // СПС ГАРАНТ;
71. Постановление Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 22.12.2015 № Ф01-5429/15 по делу № А31-13870/2014 // СПС ГАРАНТ;
72. Постановление Федерального арбитражного суда Московского округа от 11.07.2011 № Ф05-6124/11 по делу №А40-116981/2010 // СПС ГАРАНТ;
73. Кассационное определение Волгоградского областного суда от 15.07.2011 по делу № 33-9648 // СПС Консультант-Плюс;
74. Решение Краснофлотского районного суда г. Хабаровска от 22.12.2015 по делу №2-2286/2015 [Электронный ресурс] // РосПравосудие – Режим доступа: <https://rospravosudie.com/>;
75. Решение Чкаловского районного суда г. Екатеринбурга Свердловской области от 17.04.2013 по делу № 2-1482/2013 // СПС ГАРАНТ.