

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Южно-Уральский государственный университет  
(национальный исследовательский университет)»  
Институт открытого и дистанционного образования  
Кафедра «Современные образовательные технологии»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ А.В. Прохоров

\_\_\_\_\_ 2021 г.

Защита прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
ЮУрГУ – 40.03.01.2021.11015. ВКР

Руководитель работы

доцент кафедры СОТ

\_\_\_\_\_ Е.В. Меджидова

\_\_\_\_\_ 2021 г.

Автор работы

студент группы ДО–537

\_\_\_\_\_ Н.М. Звездин

\_\_\_\_\_ 2021 г.

Нормоконтролер

ст. преподаватель кафедры СОТ

\_\_\_\_\_ Е.Н. Бородина

\_\_\_\_\_ 2021 г.

Челябинск 2021

## АННОТАЦИЯ

Звездин Н.М. Защита прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом. – Челябинск: ЮУрГУ, 2021, ДО–537, 44 с., библиогр. список – 39 наим., 5 л. плакатов ф. А4.

Объектом выпускной квалификационной работы являются общественные отношения, регулирующие в сфере защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом.

Цель работы – изучение нормативно-правового и нормативно-процессуального регулирования защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом.

В работе рассмотрены работы и научные, опубликованные на страницах периодической печати, в учебных изданиях, в сборниках научных трудов, в виде диссертаций. Нормативная база исследования представлена Конституцией Российской Федерации, федеральными законами и подзаконными нормативными актами. Материалы судебной практики составили эмпирическую основу исследования. Научная новизна исследования заключается в авторском подходе к рассмотрению вопросов правового регулирования дистанционной торговли во взаимосвязи с защитой прав потребителей в данной сфере.

Результаты работы имеют практическую значимость, содержат выводы, практические рекомендации и предложения автора по совершенствованию норм гражданского права, касающихся защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1 ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ .....	6
1.1 История формирования законодательства о защите прав потребителей .....	6
1.2 Источники правового регулирования защиты прав потребителя в Российской Федерации.....	13
2 ПРАВОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАКЛЮЧЕНИЯ И ИСПОЛНЕНИЯ ДОГОВОРА ДИСТАНЦИОННОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ .....	16
2.1 Проблема определения момента заключения договора дистанционной купли-продажи.....	16
2.2 Нарушения прав потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной купли-продажи в Интернете .....	24
2.3 Особенности возврата товара, приобретенного дистанционным способом.....	28
3 ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	33
3.1 Решение отдельных проблемных аспектов в области защиты прав потребителей .....	33
3.2 Ключевые направления совершенствования гражданского законодательства о защите прав потребителей .....	36
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	41
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	42

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы.** В современном обществе для людей каждая минута дорога, и чтобы не тратить время на дорогу, очереди и предпочтительным, люди заказывают, не выходя из дома, в так называемом «магазине на диване». Многие магазины основываются именно на такой торговле, некоторые фирмы хотят закрыть все свои магазины в России и перейти только на дистанционную торговлю. Данный вид купли-продажи также может быть интересен и индивидуальным предпринимателям, так как компании, основывающиеся на дистанционной торговле, имеют огромный спрос.

**Степень разработанности проблемы.** Исследования в научной литературе по вопросам правового регулирования информационных отношений начали проводиться сравнительно не так давно – в конце XX века. Например, такими авторами можно обозначить: Бачило И.Л., Братусь С.Н., Красавчиков О.А., Тихомиров Ю.А., Щерстобитов А.Е., рассматривались вопросы гражданско-правового регулирования обязательств по передаче информации.

Вопросы правового регулирования электронной торговли отражаются в трудах российских цивилистов, например, Белых В.С., Булатецкого Ю.Е. Следует отметить отсутствие целостной монографии по исследуемой теме. Что же касается кандидатских диссертационных исследований, то можно отметить их незначительное количество (Зажигалкин А.В., Моченов В.Ю., Паперно Е.Л., Костюк, И.В., Миненкова Н.В., Салиев И.Р.).

**Объект** выпускной квалификационной работы – общественные отношения, регулирующие в сфере защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом.

**Предмет** выпускной квалификационной работы – нормы законодательства Российской Федерации, иных нормативно-правовых актов, которыми регулируется защита прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом.

**Цель** выпускной квалификационной работы – изучение нормативно-правового и нормативно-процессуального регулирования защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом.

**Задачи** выпускной квалификационной работы:

- дать характеристику истории формирования законодательства о защите прав потребителей;
- рассмотреть источники правового регулирования защиты прав потребителя в Российской Федерации;
- сделать анализ проблем определения момента заключения договора дистанционной купли-продажи;
- рассмотреть нарушения прав потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной купли-продажи в Интернете;
- установить особенности возврата товара, приобретенного дистанционным способом;
- обозначить отдельные проблемные аспекты в области защиты прав потребителей;
- обозначить ключевые направления совершенствования гражданского

законодательства в сфере о защите прав потребителей.

**Теоретической и методологической базой** исследования послужили фундаментальные концепции и разработки, представленные в научных исследованиях российских и зарубежных ученых по вопросам защиты прав потребителей.

**Нормативно-правовую базу** составили законодательные и нормативные акты РФ, субъектов РФ, регулирующие вопросы защиты прав потребителей.

**Информационной базой** выпускной квалификационной работы являются данные Федеральной службы государственной статистики РФ, территориального органа Федеральной службы государственной статистики РФ по Челябинской области, иностранных статистических агентств, статистические базы данных университетов, международных экономических организаций, данные периодической печати, статистические других источников.

**Научная новизна** выпускной квалификационной работы состоит в развитии теоретических положений правового регулирования торговли дистанционным способом во взаимосвязи с защитой прав потребителей в указанной сфере.

**Результаты** выпускной квалификационной работы в частности, представленные предложения по совершенствованию норм уголовно-процессуального права, имеют **теоретическую и практическую значимость**.

# 1 ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## 1.1 История формирования законодательства о защите прав потребителей

С древнейших времен повседневная жизнь любого общества тесным образом связана с развитием торговли и сферы услуг. Исторически сложилось так, что все товарные отношения характеризовались неравным положением участников, так как продавец (исполнитель, изготовитель) всегда располагал большими возможностями для защиты своих интересов и воздействия на покупателя (потребителя), а потребитель, непрофессионал, не обладая специальными знаниями в конкретной области или относительно определенного предмета, не мог самостоятельно отстаивать свои права. Государство пыталось регулировать взаимоотношения между гражданами и продавцами (исполнителями, изготовителями) при помощи обычаев и законов, закрепляя их права и обязанности, а также юридические последствия нарушения прав. Положения, касающиеся непосредственно защиты прав потребителей, впервые появились еще во времена Древней Руси (IX–XII вв.) в Пространной редакции Русской Правды XII века. Например, в соответствии со статьей «О коне» разрешалось вернуть купленного коня продавцу и получить обратно деньги, если у коня обнаруживались скрытые недостатки или болезнь [1, с. 126]. К источникам правового регулирования потребительских отношений в древнерусском государстве можно отнести и Псковскую судную грамоту 1467 года. В ст. 118 были зафиксированы обстоятельства, при обнаружении которых сделка признавалась недействительной, например, если корова продавалась со скрытыми дефектами, она возвращалась продавцу, а деньги-покупателю [1, с. 386]. С древнейших времен правовой регламентации подвергалось и предоставление услуг, в частности медицинских. В тот период выделялось три вида оказания медицинской помощи: народная, монастырская и светская (городская) медицина [2, с. 144]. Основными источниками правового регулирования предоставления указанных услуг являлись Церковный устав Владимира Святославовича (X–XI вв.) и Русская Правда. Данные акты официально признавали только монастырскую и светскую медицину и закрепляли государственное преследование народной медицины, основанной на языческих традициях.

Таким образом, можно констатировать, что уже в период древнерусского государства происходило зарождение правового регулирования потребительских отношений через закрепление их прав, в частности, права потребителя на качество приобретаемого товара (работы, услуги).

Период объединения русских земель и укрепления российского государства (XV–XVI вв.) отличается бурным экономическим развитием, что было обусловлено интенсивным объединением земель, восстановлением разрушенного хозяйства, установлением торговых отношений с Европой. Основными источниками правового регулирования общественных отношений указанного

периода являлись Судебник Ивана III 1497 года и Соборное уложение 1649 года, однако вопросы защиты прав потребителей ими не регулировались.

В вопросах развития законодательной защиты прав потребителей того времени заслуживает внимания Литовский статут 1588 года, который был основан на Русской Правде и оказал существенное влияние на развитие русского права.

В Литовском статуте закреплялись следующие права потребителей:

- на необходимую и достоверную информацию о цене (например, артикул 6 устанавливал цену на вола – две копы грошей, на корову – сто грошей);
- на товар установленного качества и ответственность продавцов за нарушение этого права.

Так, в разделе 3, артикуле 36 было указано «...в каждом городе... местечках... ВКЛ... и в домах гостиничных, по дорогам, в торговые и неторговые дни зерно всякое продаваться должно мерой одинаковой, равной, т. е. чтобы бочка, в которой должно быть четыре корца меры краковской ровных без верха и без встряхивания, но выровненных, которая мера должна быть вымеряна в Вильне от вряда пана воеводы виленского замкового...». Кто же из подданных не считался с данным положением, должны были уплатить денежное возмещение; – на соблюдение режима торговли. Раздел 14, артикул 4 регулировал городской порядок в час ярмарок, торгов, праздников, тем самым обеспечивая защиту прав потребителей и продавцов; – на безопасность. В разделе 11, артикулах 41, 42 предусматривалась ответственность хозяина дома за безопасность своих гостей; раздел 9, артикул 32 закреплял нормы по строительству дорог, обеспечивая, таким образом, безопасность дорожного движения; – на обращение в суд за защитой нарушенного права (раздел 3, артикулы 38 - 44) [3, с. 2].

Императорский период истории русского государства (XVII–XIX вв.) отличался динамичным экономическим развитием как внутри страны, так и за ее пределами. В связи с этим наблюдался бурный законотворческий процесс. Через издаваемые нормативные акты была предпринята попытка урегулировать все существующие в обществе отношения, в том числе и с участием потребителей. Одним из первых законов в этой области был Новоторговый устав 1667 года, в котором содержались правовые нормы, регламентировавшие внешнюю и внутреннюю торговлю и защищавшие потребителей от недоброкачественных и поддельных товаров, ввозимых в Россию [1, с. 145]. Значительное количество правовых актов, направленных на урегулирование защиты прав потребителей, издавалось в период правления Петра I.

Так, был принят ряд указов о торговле пищевыми товарами на рынках столицы. Сенатский указ от 18 сентября 1713 г. предписывал: «в мясных рядах скотину бить и продавать по-прежнему здоровую, а ежели у кого явится больная, то такой не бить и не продавать и смотреть крепко, чтобы тайно того мясники не делали» [5, с. 10]. В 1716 году был утвержден Устав воинских артикулов, который установил наказание за обмер и обвес: «возвратить добро втрое, заплатить денежный штраф и подвергнуть телесному наказанию» [1, с. 364]. В Указе 1718 года запрещалась продажа «нездорового съестного харча и мертвечины» и устанавливались жесткие меры наказания: «за первую вину будет

бит кнутом, за вторую – сослан на каторгу, за третью – учинена будет смертная казнь». В Указе 1722 года предписывалось «несвежее мясо бросать собакам или велеть закапывать в землю в особливых местах, а ежели у кого для продажи, явится какая мертвечина и зато таковых бить кнутом и, вырезав ноздри, ссылатъ на каторгу на урочные годы» [6, с. 10]. Надзор за качеством продукции и ценами был возложен на полицию. Указами Правительствующего Сената (1756 г.) определялись соответствующие права: «Пристав должен посещать рынки своей части, и буде усмотрит жалобу или дороговизну, то о том, чего сам исправить не может, предлагать управе» [1, с. 97].

Следует отметить, что именно с петровских времен в России стала известна стандартизация как одна из составляющих качества товара. Первыми объектами стандартизации стали такие отрасли хозяйства, как кораблестроение, вооружение и строительство. В 1723 году впервые в России Петр I издал Указ о качестве. Текст Указа содержал требования государя не только к качеству продукции (в данном случае – оружия для армии), но и к системе контроля качества, государственного надзора над ним, а также меры наказания за выпуск дефектной продукции. Стремясь к расширению внешней торговли, Петр I не только ввел технические условия, учитывающие высокие требования иностранных рынков к качеству отечественных товаров, но и организовал в Петербурге и Архангельске правительственные бракеражные комиссии, которым вменялось в обязанность следить за качеством экспортируемого Россией сырья (льна, пеньки, древесины и т. д.).

В XIX веке продолжалось совершенствование законодательной базы в России, что выразилось в издании Свода законов Российской империи (1832 г.), в котором нормы, закрепляющие права потребителей и их защиту, были расположены хаотично, в зависимости от сферы регулирования. Например, нормы Аптекарского устава 1836 года устанавливали ответственность за недостатки и плохое качество материалов и посуды, за несоблюдение надлежащей чистоты и др. [7, с. 45]; нормы Врачебного устава 1857 года закрепляли права граждан на благоприятную окружающую среду, качество и безопасность пищевых продуктов [8, с. 52]. Октябрьские события 1917 года коренным образом изменили политическую ситуацию в стране. Следствием этих изменений явилось создание нового государства с совершенно иной системой хозяйствования. Изначально в Советском государстве широкое распространение получило мнение «о необходимости развития прямого безэквивалентного распределения материальных благ, которое должно осуществляться вне какого-либо гражданского права» [6, с. 57]. Однако новая экономическая политика скорректировала отношения социалистического общества и гражданского права. В итоге в 1922 году был принят первый Гражданский кодекс РСФСР (далее – это ГК РСФСР 1922 года). ГК РСФСР 1922 года права потребителей не выделял в отдельный институт, в основном они были зафиксированы в разделе IV «Купля - продажа» (статьи 195–199, 201, 203–205). В соответствии с ГК РСФСР 1922 года продавец отвечал перед покупателем за несоответствие качества проданного имущества установленному по договору, за недостатки, значительно

уменьшающие его цену или пригодность к употреблению. В ст.195 закреплялась обязанность покупателя немедленного осмотра полученной вещи, в противном случае он лишался в дальнейшем права ссылаться на ее явные недостатки. ГК РСФСР 1922 года закрепил сроки обращения потребителя к продавцу с соответствующими требованиями (ст.197) и установил три основных права покупателя в случае продажи ему некачественного товара: предоставления вещи надлежащего качества; соответствующего уменьшения покупной цены; расторжения договора и возмещения всех убытков (ст.198). В довоенный период гражданское законодательство дополнялось также специальными указаниями Наркомторга СССР. Среди них необходимо выделить два постановления Наркомвнуторга СССР: от 8 августа 1935 г., утвердившее Правила обмена недоброкачественных товаров, и от 2 декабря 1936 г., установившее Правила обмена и возврата по любым мотивам промтоваров, купленных в магазинах [10, с. 65].

В Советском государстве одной из главнейших задач производства являлось достижение высокого качества производимой продукции и оказываемых услуг, что способствовало и повышению уровня защищенности потребителя. Первыми нормативными актами в этой области стали декрет СНК РСФСР от 14 сентября 1918 г. «О введении международной метрической системы мер и весов» и Положение о Главном комитете лакокрасочной промышленности. Указанные акты заложили основы формирования и развития метрологии, стандартизации, а также системы их контроля. В связи с этим в 1923 году было создано Временное бюро стандартизации (с 1925 года – Комитет по стандартизации при Совете труда и обороны) и Центральное бюро стандартизации при НКРКИ СССР, которые руководили всеми работами в данной сфере во всех ведомствах СССР, утверждали и опубликовывали стандарты. Качество обеспечивалось через закрепление не только регулятивных, но и охранительных норм. За изготовление, поставку недоброкачественной продукции предусматривалась как гражданско-правовая, так и уголовная ответственность. Уголовный кодекс РСФСР 1922 года (далее – УК РСФСР) предусматривал суровые наказания за выпуск недоброкачественной, некомплектной продукции, за несоблюдение обязательных стандартов. В 1934 году постановлением ЦИК СССР была впервые установлена уголовная ответственность за обман покупателей. Хотя отдельные виды обворовывания покупателей признавались уголовным правом преступными и наказуемыми и до этого времени. Так, декретом СНК РСФСР от 15 июля 1921 г. «Об ответственности за нарушение декретов о натуральных налогах и об обмене» преступлением признавался сбыт фальсифицированных продуктов через торговые предприятия. Впоследствии данное нарушение легло в основу ст.128 УК РСФСР [11, с. 15]. Результатами реформы советского законодательства, происходившей в 60–70 годы XX века, явились: очередная кодификация гражданского, уголовного законодательства; интенсивное развитие науки административного права, что существенно отразилось и на правовом положении потребителей. В 1961 году были приняты Основы гражданского законодательства Союза ССР и союзных республик (далее – Основы гражданского

законодательства), а в 1964 году Гражданский кодекс РСФСР (далее – ГК РСФСР), в статьях, которых были отражены права потребителей (статьи 36, 41, 42 Основ гражданского законодательства и статьи 245–249 ГК РСФСР).

Из анализа данных норм следует, что положение потребителей было улучшено. Например, расширен круг прав потребителя при приобретении товаров ненадлежащего качества. По сравнению с ГК РСФСР 1922 года покупатель получил еще две дополнительные возможности требования по своему выбору: безвозмездного устранения недостатков либо возмещения расходов, связанных с исправлением обнаруженных недостатков (ч. 2 ст. 41 Основ гражданского законодательства). Кроме положительных изменений новое законодательство содержало и отрицательные моменты. Например, в своем исследовании Бычко М.А. утверждает: сопоставительный анализ текстов ч. 2 ст. 41 и ч. 2 ст. 42 Основ гражданского законодательства показывает, что ст. 42 по сравнению со ст. 41 во многом ограничивает пределы ответственности торговых предприятий за продажу недоброкачественных товаров, на которые установлены гарантийные сроки службы, и вместе с тем сужает права покупателей, приобретших такие товары. Статья 41 Основ гражданского законодательства прямо устанавливает: выбор содержащихся в ней санкций принадлежит покупателю. Исходя из этого, можно предположить, что право выбора санкций, предусмотренных в ч. 2 ст. 42, также принадлежит покупателю, но ст. 42 Основ гражданского законодательства утверждает иное: в случае обнаружения недостатков в товаре с гарантийным сроком торговое предприятие обязано осуществить одну из перечисленных в статье альтернативных санкций. В тексте данной нормы не закрепляется принадлежность покупателю права выбора санкций. В результате этого на практике данное право осуществлялось торговыми предприятиями. Между тем названные нормы юридически и логически являются продолжением одна другой и обе устанавливают ответственность за продажу товаров ненадлежащего качества, т. е. за однородное правонарушение [12, с. 44].

Торговая практика, как и пробелы, наблюдаемые в гражданском законодательстве, наносила неопределимый вред потребителям. Правовое регулирование торгового обслуживания осуществлялось рядом подзаконных нормативных актов. Это, прежде всего различные ведомственные и межведомственные правила, инструкции, например, Типовые правила обмена промышленных товаров, купленных в розничной торговой сети государственной и кооперативной торговли (утв. приказом Минторга СССР № 19 и Госстандарта СССР № 19 01.02.1974 г.). Министерства и ведомства, разрабатывая и утверждая такие правила, нередко использовали свои монопольные позиции в соответствующих отраслях, навязывали невыгодные потребителям условия, ставили их в неравное положение по отношению к специализированным организациям, обслуживающим население. В 60–70 годах XX века развитие получает административное право. Нормы административного права на тот момент не были кодифицированы, поэтому административная ответственность за нарушение прав потребителей закреплялась в нормативных актах различных государственных органов. Нормами административного права устанавливалась

административная ответственность за мелкий обвес, обмер, обсчет или иной обман покупателей. Защита от наиболее серьезных посягательств на права потребителей осуществлялась в уголовном порядке. Уголовный кодекс РСФСР 1960 года (статьи 152, 154, 156, 157) устанавливал уголовную ответственность за такие преступления, как спекуляция товарами, обмеривание, обвешивание, превышение установленных розничных цен, обсчет или иной обман покупателей в магазинах и иных торговых предприятиях или в предприятиях общественного питания.

Таким образом, к 1980-м годам законодательство, регулирующее защиту прав и законных интересов потребителей, представляло собой крупный массив нормативных актов различного уровня и имело ряд особенностей:

- во-первых, оно включало в себя нормы различных отраслей права (государственного, административного, гражданского, уголовного и т. д.);
- во-вторых, защита от наиболее серьезных посягательств на права и законные интересы потребителей осуществлялась в административном и уголовном порядке;
- в-третьих, общей правовой базой регулирования потребительских отношений в основном являлись нормы гражданского законодательства.

Однако нормы гражданского законодательства в вопросах регулирования потребительских отношений носили лишь общий характер и воспринимали указанные отношения как разновидность договорных, не учитывая специфику взаимоотношений потребителей с экономически более сильными субъектами.

В связи с чем возможно констатировать: советское гражданское законодательство было не в полной мере рассчитано на эффективное регулирование мер по защите прав потребителей. Первой важной попыткой, направленной на оптимизацию правового регулирования защиты прав потребителей, явилась разработка в 1988 году проекта закона «О качестве продукции и защите прав потребителей», однако при обсуждении было принято решение о недоработке проекта, и он не был принят. Объективная необходимость в существовании законодательного стержня в системе законодательства о защите прав потребителей потребовала поиска новых подходов к этой проблеме. Начало реализации этих подходов было положено с принятием Закона СССР от 22.05.1991 № 2184–1 «О защите прав потребителей». Это был первый в истории советского законодательства акт, направленный на урегулирование отношений по защите прав потребителей товаров, работ, услуг, не только закрепивший права потребителей, но и отразивший механизм их реализации. Закон содержал множество положений, не разработанных советским гражданским законодательством [13, с. 47]. После распада СССР, в условиях образования СНГ и принятия этими государствами актов о суверенитете, основу законодательства о защите прав потребителей стали составлять законы, принятые в каждой из стран СНГ. При создании законов о защите прав потребителей в России, Казахстане, Украине были использованы либо основные структурные и содержательные положения союзного закона (Украина, Казахстан), либо важнейшие теоретические конструкции, соответствующие мировой практике и оправдавшие

себя при применении законодательства о защите прав потребителей (Россия) [14, с. 2].

В Законе РФ от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» были провозглашены международно-признанные права потребителей, определен механизм их реализации, а также способы защиты. Выделяют гражданско-правовой, уголовно-правовой и административно-правовой способы защиты. Но, несмотря на это, обман потребителей, продажа фальсифицированной, а подчас и опасной для здоровья людей продукции и лекарственных препаратов, оказание некачественных услуг являются распространенным явлением для современного российского рынка. Поэтому в деятельности государственных органов, в чью компетенцию включены функции по защите прав потребителей, особое внимание отводится выполнению надзорных и контролирующих мероприятий на потребительском рынке.

Так, в 2007 году отделом по защите прав потребителей Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Омской области (далее-Управление) было проведено 1720 проверок, выявлено 1218 нарушений. Проверки проводились в соответствии с планом, заданиями и поручениями Управления, по письмам и обращениям граждан, органов власти и материалам, направленным из прокуратуры. Более 59 % проведенных мероприятий составили внеплановые проверки, 20 % – совместные с органами УВД, Министерства экономики Омской области, прокуратуры, местного самоуправления. Выявлено большое количество правонарушений, в связи, с чем огромное значение приобретают меры юридической ответственности, применяемые к правонарушителям. Центральное место в вопросе защиты прав и интересов потребителей занимают меры административной ответственности.

Так, в КоАП РФ непосредственно этому посвящены отдельные нормы главы 14 «Административные правонарушения в предпринимательской деятельности», предусматривающие наказания за нарушение таких прав потребителей, как право на надлежащее качество, безопасность, информацию и др. Краткий обзор становления защиты прав потребителей в России показывает, что данная разновидность защиты прав имеет длительную историю, которую возможно соотнести с историей становления и развития российского государства. В настоящее время защита прав потребителей представляет собой «специфическое законодательное наслоение над отраслевым законодательством, основной целью которого является предоставление специфических дополнительных прав потребителям и возложение на их контрагентов дополнительных обременений, балансирующих их неравное экономическое положение на рынке».

## 1.2 Источники правового регулирования защиты прав потребителя в Российской Федерации

Потребитель является экономически менее защищенной стороной при продаже товаров, выполнении работ и оказании услуг. Именно это обуславливает необходимость законодательного регулирования защиты прав потребителей со стороны государства, что позволяет более эффективно удовлетворять материальные и духовные потребности населения.

Наиболее слабым звеном в потребительском законодательстве России остается сфера безопасности и качества товаров (работ, услуг). Именно поэтому работа по совершенствованию и развитию законодательства в сфере качества и безопасности продукции и услуг рассматривается в качестве одного из важнейших приоритетов государственной потребительской политики на перспективу [15, с. 30].

Несомненно, перечень источников правового регулирования необходимо начать с международных правовых актов. Международный опыт по защите прав потребителей выражен, прежде всего, в Резолюции Генеральной Ассамблеи Организации Объединённых Наций от 9 ноября 1985 года № 39/248 «Руководящие принципы для защиты интересов потребителей» [19, с. 70]. Данный документ признал, что потребители зачастую являются слабой стороной в отношениях по ряду объективных причин, таких как их экономическое положение и уровень образования. Документ призывает страны принять меры по защите прав потребителей, создавать экономические условия для удовлетворения потребностей граждан, включая создание условий для большего выбора и низких цен, бороться с вредной деловой практикой и повышать этические нормы в экономической сфере. Также страны должны способствовать развитию общественных организаций потребителей.

Руководящие принципы для защиты интересов потребителей провозгласили ряд положений, которые нашли своё отражение в российском законодательстве. Во-первых, это защита потребителей от некачественных товаров и услуг, доступ потребителей к информации, в том числе к информации публичных услуг, создание правовых механизмов защиты прав потребителей [16, с. 14]. Данный документ является своеобразным стандартом в области защиты прав потребителей, положения, которого государства закрепляют в своем внутреннем законодательстве.

Российское законодательство по защите прав потребителей услуг состоит из положений ГК РФ, Закона РФ «О защите прав потребителей» и других ФЗ и правовых актов РФ, принимаемых в соответствии с ними. В этой связи необходимо упомянуть положения ст. 779 ГК РФ, в соответствии с которой по договору возмездного оказания услуг исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги (совершить определенные действия или осуществить определенную деятельность), а заказчик обязуется оплатить эти услуги.

Глава 39 ГК РФ, регулирует так называемые непоименованные договоры по оказанию услуг, то есть применяется ко всем подобным договорам, которые не

нашли своего самостоятельного правового регулирования в отдельных главах ГК РФ. По отношению к договору возмездного оказания услуг возможно субсидиарное применение норм о подряде, что очень важно, так как Закон «О защите прав потребителей» не делает различия между работами и услугами. Помимо этого для ряда договоров возмездного оказания услуг предусмотрено правовое регулирование на уровне Правил предоставления услуг, которые утверждаются Правительством РФ.

П. 2 ст. 779 ГК РФ определяет примерный перечень услуг, которые регулируются главой 39 ГК РФ. К ним относятся услуги связи, медицинские, ветеринарные, аудиторские, консультационные, информационные услуги, услуги по обучению, туристическому обслуживанию. Данный перечень не является закрытым, поэтому положения данной главы могут применяться к ряду распространённых возмездных договоров, например, к договору возмездного оказания юридических услуг.

Формирование законодательства в сфере защиты и охраны прав потребителей началось с 70-х годов XX века. Причиной этому послужила монополизация экономики, вследствие чего качество товаров и услуг стало снижаться. Защита прав потребителей представляла собой вторжение в договорные отношения между продавцами и покупателями (потребителями). Государство стало принимать меры государственного регулирования в этой области, которые преследовали цель защитить потребителей и помочь им. Во время перестройки проект закона «О качестве продукции и защите прав потребителей» содержал много положений о качестве товаров и услуг, однако механизму защиты потребителей был посвящён только один раздел. После широкого обсуждения проект закона был отвергнут. В 1991 году был принят Закон СССР «О защите прав потребителей» от 22.05.1991 № 2184-1, но он не успел вступить в действие и фактически утратил юридическую силу.

Основным нормативно-правовым актом, регулирующим непосредственно защиту прав потребителей в РФ, является на данный момент, принятый в 1992 году Закон РФ «О защите прав потребителей». Принятие этого закона позволило превратить потребителя из пассивного участника общественных отношений (покупателя товара или пользователя работы, или услуги) в лицо, наделённое особыми правами на защиту со стороны государства. Это стало возможным благодаря становлению новых рыночных отношений в нашей стране и формированию конкурентной экономики.

Законодательство в сфере защиты прав потребителей регулирует отношения, которые изначально возникают как гражданско-правовые. Отношения по оказанию услуг являются только частью отношений, регулируемых Законом «О защите прав потребителей». Таким образом, можно сделать вывод о том, что так называемое потребительское право является производным от гражданского права и призвано облегчить положение одной из сторон правоотношений.

Закон устанавливал полномочия органов государственной власти, ответственных за защиту прав потребителей. Что касается механизма защиты прав, то он устанавливался в равной степени, как при ненадлежащем выполнении

услуг, так и по отношению к ненадлежащему выполнению работ или продаже некачественных товаров. Новый закон позволил потребителям гораздо эффективнее защищать свои права, в том числе в судебном порядке.

Серьезные изменения Закон претерпевал в 1996 году, в 1999 году и в 2004 году. Изменения были обусловлены правоприменительной практикой и необходимостью его дальнейшего совершенствования. Редакция Закона от 17 декабря 1999 года усовершенствовала понятия, применяемые в законе и благодаря этому Закон «О защите прав потребителей» стал соответствовать ГК РФ и международным стандартам в области защиты прав потребителей.

Закон «О защите прав потребителей» регулирует отношения, которые возникают с участием потребителей при продаже товаров, осуществлении работ и оказании услуг. Сторонами в этих отношениях помимо граждан - потребителей являются изготовители и продавцы товаров, исполнители работ и услуг. Закон закрепляет право потребителей на качественные товары, работы и услуги; на их безопасность для жизни и здоровья; право на получение информации потребителями, которая касается товаров, работ и услуг. Также Закон регулирует государственную и общественную систему защиты прав потребителей, а также устанавливает механизм реализации прав потребителей.

#### Выводы по разделу 1

В первом разделе работы рассмотрены основные теоретические аспекты в области изучения правового регулирования защиты прав потребителей. При оказании услуг являются международные нормы, выраженные в Руководящих принципах для защиты интересов потребителей, Гражданский кодекс РФ, Закон «О защите прав потребителей», а также правила оказания отдельных видов услуг.

Вместе с тем, очевидно, что вряд ли возможно создать универсальное специфическое законодательство, так как экономические, а, следовательно, и потребительские отношения находятся в постоянном развитии, что требует систематического обновления и совершенствования законодательной базы.

## 2 ПРАВОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАКЛЮЧЕНИЯ И ИСПОЛНЕНИЯ ДОГОВОРА ДИСТАНЦИОННОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ

### 2.1 Проблема определения момента заключения договора дистанционной купли-продажи

Согласно действующему законодательству Российской Федерации договор является заключенным, если при условии согласования согласовываются все значительные обстоятельства. В качестве немаловажного обстоятельства всякого гражданского-правового договора выступает предмет. Договор дистанционной торговли не считается исключением в данном случае. Предмет договора относится к соглашению розничной купли-продажи, но предмет данных обликов станет отличаться.

Законодательство, в первую очередь ГК РФ, не выделяют точной формулировки термина «предмет договора». Законодатель относит к предмету именно к предмету, по предлогу которой стороны решают юридические воздействия и вступают в правовые дела. Стороны не имеют возможности заключить договор, в случае если они не обозначили предметы, которые станут, реализованы после чего.

Научные работники оценивают предмет договора лишь только с точки зрения свойства продукта (его названия и количества), который принадлежит передаче клиенту.

В этой связи, необходимо указать, что в юридической литературе есть исключительное мнение о том, что к предмету относят не лишь вещь как таковую, но и воздействия, которые стороны обязаны воплотить в жизнь. В качестве примера возможно привести пример, когда сравнительно одного и того же объекта имеет место быть заключение как договора проката, так и например, договора реализации. Объект договора один и тот же, а вот действия сторон по обозначенным договорам станут абсолютно разными.

Исследователи поддерживают позицию Витрянского В.В., который считает, собственно, что предмет договора дает собой действия (или бездействие), которые обязана осуществить другая сторона (или в соответствии этим воздержаться от их совершения) [17, с. 7].

По мнению Витрянского В.В., предмет договора купли-продажи состоит из двух составных – самого объекта и действия сторон по передаче, принятию и оплате продаваемого объекта. Это рассуждение Витрянского В.В. касалось договора купли-продажи недвижимости, но это соображение в абсолютной мере, возможно, отнести ко всякому гражданско-правовому договору, в том числе и договору дистанционной реализации товара.

В рамках работы в качестве предмета договора дистанционной торговли станем рассматривать именно товар. Обозначенная позиция обоснована тем, соответственно, что законодатель в ГК РФ показывает, собственно, что лишь только товар, который станет играть в качестве предмета договора купли-продажи.

В сравнении предмета договора розничной купли-продажи с предметом договора дистанционной торговли, то необходимо обозначить присутствие как совокупных, например и специфических черт. В первую очередь, можно рассмотреть общие черты.

Подобно договору розничной торговли предмет дистанционной торговли обязан быть специализирован для собственного, домашнего, иного применения, которое не связано с предпринимательской работой. Другими словами, задача покупки товара обязана быть только собственной (бытовой) [35, с. 5]. Исходя из этого, в качестве покупателя не станет выступать гражданин, который покупает товар для собственной организации, в которой он трудится.

Наконец, по совокупному правилу в качестве предмета розничной купли-продажи выступают товары, которые не имеют применяться для производственных целей. Совместно с этим предметом купли-продажи могут быть и товары, которые выделяют вероятность применить их в производственных целях, потому что законодательство Российской Федерации ограничивает цели применения товара, напрямую ставя вероятность другого их применения, но в обязательном порядке не связанного с предпринимательской работой. В связи с указанным, к примеру, предметом реализации имеет возможность быть лопата или же трактор, применяемые для выращивания гражданином урожая, избытки которого имеют все шансы быть им реализованы на рынке.

Не любой товар, выступающий предметом договора розничной купли-продажи, имеет возможность считаться предметом дистанционной торговли. Предметом дистанционной продажи не может выступать спиртная продукция и пиво, а еще товары, которые федеральным законодательством ограничены в обороте или же всецело абсолютно запрещены. В качестве примера последних возможно привести боеприпасы, вооружение, табачная продукция, ценные металлы и ценные камни и т. д. Не считая такого, не имеют право выступать предметом договора дистанционной продажи имущественные права, потому что они не обладают вещественной формой.

Сравнительно предмета розничной купли-продажи предмет договора дистанционной купли-продажи обладает ограниченным нравом.

В договоре дистанционной продажи в качестве предмета нужно рассматривать товар, который передается его сторонами.

В случае, если в договоре отсутствует условие о качестве товара, то необходимо руководствоваться правовой нормой о пригодности товара для цели, с которой они применяются.

Предмет считается важным условием для договора дистанционной продажи, как раз вследствие этого договор станет являться заключенным, в случае если стороны согласовали обстоятельства о предмете, другими словами о товаре, который станет передаваться в ходе сделки. Исходя из этого, собственно, что договор дистанционной купли-продажи считается разновидностью договором розничной купли-продажи, для того, чтобы дабы предмет договора был согласованным, нужно наиболее детально обговорить ассортимент товара, его качество.

В случае непредставления стороной договора полной информации относительно указанных данных согласно п. 2 ст. 26.1. Закона о защите прав потребителей договор будет считаться не заключенным.

Существенным условием договора купли - продажи устанавливает количество товаров (п. 1 ст. 454, п. 3 ст. 455 ГК РФ). Стороне договора дается возможность самостоятельно определить количество приобретаемого товара в бланках заказа. Отсюда следует, что опять же не стоит забывать о том, что договор не предусматривает закупку товара в большом количестве, следует учесть личный характер потребления товара.

Так, передача товара, реализуемого дистанционным способом, осуществляется, в месте нахождения покупателя, то нужно обратить внимание на то, что предлагаемые стороной договора условия доставки. Для потребителя способ доставки, безусловно, является существенным условием, потому как, он оказывает влияние на конечную цену приобретенного товара. В случаях, когда сторона договора продавец в одностороннем порядке изменяет условия доставки товара, тогда, как за потребителем должно быть установлено право для отказа от заключения договора. Это право необходимо реализовать в том случае, если признание способа доставки товара, приобретаемого дистанционным способом, существенным условием договора [18, с. 4].

Сроки передачи товара могут быть оговорены на договорных условиях. Если в договоре срок доставки товара не определен, и отсутствуют возможности определить этот срок, тогда товар должен быть передан продавцом в разумный срок. Понятия разумности срока, равно как и максимального срока, для исполнения обязательств по доставке товара при дистанционной торговле, законодательством Российской Федерации не установлены. Устанавливается, что в разумный срок доставки зависит от географического фактора, времени нахождения товара в пути, специфики работы почтового отправления, курьерской доставки, и каких-то других факторов, от которых зависит срок поставки товара покупателю. В любом случае, если стороны не пришли к договоренности о сроках доставки, в случае исполнения обязательств по доставке разумным, то такой спор необходимо решать в судебном порядке.

При рассмотрении существенных условий договора дистанционной торговли, необходимо отметить, тот факт, что в юридической литературе нет какого-либо единого мнения об относительности перечня каких-либо условий. Но, некоторые ученые рассматривают в качестве существенного условия договора – цену. Такая позиция устанавливается тем, что при совершении каких-либо сделок, связанных с дистанционным приобретением товара, покупатель является более слабой стороной, и не обладает необходимой возможностью ознакомиться с товаром, не контактирующей лично с продавцом. При увеличении продавцом в одностороннем порядке цены договора покупатель при признании цены существенным условием имеет право не принимать товар, так как договор станет считаться незаключенным и в связи с отсутствием договоренности абсолютных существенных условий. В этой связи, предлагается самый оптимальный вариант и признания цены договора дистанционной торговли существенным условием.

Продавец на реализуемые товары обязан указывать цену. При всем этом цена товара должна быть одинаковой для всех покупателей за исключением случаев, которые оговорены в действующем законодательстве Российской Федерации [19, с. 6].

Цена товара, имеет очень большое значение для заключения и исполнения договора. В том случае, если цена меняется, то договор может быть и не заключенным сторонами, поскольку для покупателя цена всегда является составляющей частью выбора продавца. В случае, изменения цены покупатель вправе отказаться от товара и вправе не принимать его, либо не нести никаких неблагоприятных последствий.

Договор дистанционной купли-продажи обладает, необходимыми особенностями в его заключении, ввиду того, что заключение договоров при помощи сети Интернет не урегулирован законодателем. Нередко на практике обозначены проблемы, которые могут быть связаны с электронным документооборотом.

Заключение договора дистанционной купли-продажи возможно во многих способов, например, по электронной почте, с использованием веб-страницы или сайта интернет-магазина, по каталогу, присланному по почте, или заказом по электронной почте. Считаем возможным и правильным, охарактеризовать указанные выше способы заключения договора.

Самым простым способом заключения договора дистанционной продажи является заключение договора по электронной почте. Чаще всего электронная почта рассматривается как аналог наземной почты. Среди таких преимуществ такого вида почты отмечается: высокая надежность передачи информации, скорость обмена информацией, сложность подделки документации или делового письма. В этом случае между сторонами договора осуществляется обмен электронными письмами или сообщениями. Этот обмен может иметь место на нескольких стадиях: на преддоговорной стадии, на стадии оферты, направления предложения заключить договор и на стадии акцепта высланной оферты.

Еще один способ заключения договора дистанционной купли-продажи, при котором необходимо отметить, что заключение договора с использованием веб-страницы или сайта интернет-магазина продавец на сайте своего интернет-магазина размещает информацию, касающегося товара. При таком условии, информация может быть представлена в звуковом, текстовом, графическом формате. Законодатель предусмотрел, что продавец на сайте должен разметить информацию об основных потребительских свойствах товара, полное наименование и место нахождения продавца, место изготовления товара, условия приобретения товара и его цену, условия доставки, срок годности и гарантийный срок, срок службы товара, особенности оплаты товара и срок, в течение которого будет действовать предложение по заключению договора.

В силу ст. 493 ГК РФ договор розничной купли-продажи будет считаться заключенным в момент выдачи продавцом кассового или товарного чека, иного документа покупателю. Относительно заключения договора розничной купли-

продажи, заключенным дистанционным способом существуют некоторые сложности в определении момента заключения такого договора.

В рамках действующего законодательства Российской Федерации и в случаях заключения традиционного договора моментом его совершения признается:

- получение лицом, направившим оферту, ее акцепта;
- передача соответствующего имущества;
- государственная регистрация договора;
- выдача кассового или товарного чека покупателю или иного документа, подтверждающего оплату товара.

Наше правительство утвердило Правила продажи товаров дистанционным способом [19, с. 3], согласно которого предусмотрено, что момент выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар является фактически моментом заключения такого договора.

В литературе можно увидеть, как ведется дискуссия о моменте заключения договора при дистанционной продаже. Так, например, некоторые деятели указывают на тот факт, что выдача допустим кассового или товарного чека не может свидетельствовать именно о моменте заключения договора, и это говорит только о самом факте заключения. В качестве примера можно привести приобретение товаров в интернет-магазине «Норд», в котором после добавления товара в корзину покупателю предлагается ввести данные, которые необходимы для оформления заказа. Что фактически подразумевает собой заключение договора. Оплата товара по такой сделке будет производиться при получении товара, поэтому в данном случае нельзя сказать, что, момент предоставления чека как момент заключения договора.

Так называемый, потенциальный покупатель, который изъявил намерение, купить интересующий его товар, направляет продавцу бланк электронного заказа, размещенный на официальном сайте магазина. В этом бланке покупатель должен указать свои данные, а также ознакомиться с условиями договора, представленного продавцом. Бланк заказа направляется продавцу путем нажатия на соответствующую иконку («Согласен с условиями договора»). Указанная покупателем информация направляется к хостинг провайдеру. На практике в этих ситуациях принятие акцепта осуществляется практически сразу. После еще одного подтверждения стороны будут предпринимать действия по вопросы оформления заказа, направленные на исполнение договора. Отсюда следует, что, при заключении договора дистанционной продажи с использованием веб-страницы или сайта интернет-магазина моментом заключения договора будет считаться момент, когда покупатель нажал кнопку «Принять условия договора».

У большинства продавцом в интернет-магазинах есть функционал заключения договоров по готовым формам, которые установлены прямо на их сайтах.

И, такие формы автоматически обновляются в зависимости от ассортимента указанного товара: покупатель выбирает товары, их количество, и отправляет их в корзину, после чего указывает личные и контактные данные, сведения о способах

доставки, а иногда – оплачивает товар через онлайн банки. В указанном случае является правильным требование об указании на сайте интернет-магазина наименования и адреса продавца. Обязанность актуализации информации на интернет-сайтах для их владельцев нигде не закреплена. Если претензия потребителя обусловлена информацией, обозначенной на сайте, то доказать связь между сайтом и продавцом сложно.

Моментом заключения договора в подобных случаях будет выступать момент, когда акцептовавший получает уведомление о принятии его акцепта (например, сообщение о принятой заявке и подтверждении смс).

Электронная форма, которая содержит предложение о заключении договора, может и не содержать самые необходимые условия для заключения такого договора. В этой связи, на практике сторона может составить еще один электронный документ, который будет включать в себя все условия, необходимые для заключения такого договора. При всем этом следует отметить, что права сторон по договору на признание любого условия существенным. Бывают случаи, при которых некоторые условия можно уточнять посредством телефонных звонков. Таким образом, на практике отмечаются ситуации, когда заключается предварительный договор, и только потом – основной договор.

Возникают ситуации, и когда из-за неисправности электронной почты или технической ошибки ответ пришел несвоевременно. В результате такого опоздания человек может передумать заключать договор. В этих случаях он должен незамедлительно оповестить другую сторону о том, что он получил ответ с опозданием. Если не исполнить такую обязанность, то он обязан будет возместить убытки, понесенные в связи с неисполнением договора, поскольку договор будет считаться заключенным.

Чаще всего применительно к дистанционным договорам применяется ст. 433 ГК РФ. Как показывает анализ судебной практики, суды указывают, что момент получения продавцом от покупателя сообщения о намерении приобрести товар, является моментом заключения договора [20, с. 4]. В судебной практике вынесены аналогичные решения [24, с. 5].

В случаях заключения договора дистанционной продажи продавец должен уведомить покупателя о сроке, в течение которого оферта будет продолжать действовать. Срок, по мнению Волковой А., фактически приравнивается к сроку ознакомления покупателем с информацией о товаре, а также условиях его продажи. Срок, в течение которого действует оферта, может быть указан с точностью до минут. Такого мнения придерживается Марчук, М.А. [25, с. 39].

В этой связи, Правилами продажи товаров дистанционным способом указан момент заключения договора: либо в момент выдачи документа, подтверждающего оплату, либо с момент получения продавцом сообщения от покупателя, в котором ясно говорилось о намерении приобрести товар. Безусловно, такое двоякое толкование не способствует единообразию в правоприменении. На это указывалось и в решениях судов, которые рассматривали споры, связанные с заключением договоров по дистанционным

продажам. Первый арбитражный апелляционный суд четко указал, что формулировка не отвечает критерию определенности [26, с. 4].

В литературе указывается, что при продаже товаров дистанционным способом, оферта всегда будет исходить от продавца. Такое утверждение основывается на нескольких моментах:

- оферта содержит все необходимые условия для заключения договора;
- продавец в силу закона должен предоставить покупателю всю информацию, включая информацию о товаре. Такая информация содержит все существенные условия для заключения договора. Например, учитывая, что продажа является дистанционной, необходимо обозначить способы доставки товара и, соответственно, вопросы оплаты такой услуги;
- в качестве существенных условий договора в случае дистанционной продажи товара выступают его наименование, цена, количество, а также условия о работах или услугах, которые будут оказываться продавцом.

Оферта очень тесно связана с информацией о товаре. Такого мнения придерживаются, в том числе Парций Я.Е. [27, с. 3]. Волкова А. также приходит к мнению, что вся информация, которая размещена на сайте интернет-магазина, представляет собой оферту [28, с. 5]. Если оферта не будет, содержать в себе необходимую информацию, существенных условий договора, то будет иметь состав административного правонарушения в силу ст. 14.7, ч. 1 ст. 14.8 КоАП РФ.

Волкова А. указывает, что посетитель интернет-магазина может воспользоваться своим правом на заключение с продавцом договора на приобретение конкретного товара. Если покупатель никаких действий не произвел, которые были бы необходимы для заказа товара, т. е. не осуществил акцепт, то в дальнейшем он не имеет права ссылаться на такие условия, в случае изменения их продавцом. Специфика интернет-магазинов заключается именно в том, что условия размещаются в реальном времени. Срок для акцепта оферты, размещенной на сайте интернет-магазина, должен приравниваться к сроку ознакомления покупателем с исчерпывающей информацией о товаре и условиях его продажи [28, с. 7].

Именно поэтому продавец обязан извещать покупателя о сроке, в течение которого будет действовать предложение о заключении договора. Особенно это актуально, когда продажа осуществляется путем заказа из каталогов, различных буклетов. В случае заказа товара через систему интернет информация является актуальной в момент просмотра страницы. В случае перезагрузки сайта, информация о цене, наличии и количестве товара может быть изменена [31, с. 50]. Безусловно, в таком случае пользователи интернет будут поставлены в менее выгодное условие, чем другие покупатели, заключающие договор о дистанционной продаже товара другим способом, без помощи интернет.

Продавец размещает обязательно информацию относительно срока, в течение которого может быть направлен акцепт покупателем. Если речь идет о сайтах, то, как правило, в течение всего периода, пока товар у продавца имеет в наличии.

В случае намерения приобрести товар дистанционным путем покупатель должен направить заявление об акцепте. В рамках электронной торговли можно

вести речь о сообщении, о намерении приобрести товар. Потребитель в таком случае должен указать свои фамилию, имя, отчество, адрес, по которому должна быть осуществлена доставка, наименование, разновидность, марку, артикул, количество товара, цену товара. Если речь идет об услуге, то необходимо указать время исполнения услуги и ее стоимость. Должна быть указана информация относительно способа оплаты товара.

Форма такого сообщения может быть свободной, из которой ясно свидетельствовало намерение осуществить приобретение товара или получения определенной услуги.

Правильным нужно утверждать, что момент заключения договора дистанционной продажи будет считаться и совершение определенных действий покупателем, ясно свидетельствующих о намерении заключить договор. Например, оплата товара.

С учетом изложенного, фактически договор дистанционной продажи будет считаться заключенным не только в момент выдачи покупателю кассового или товарного чека или другого документа, который подтверждал бы оплату товара, или получения от продавца сообщения о намерении покупателя приобрести товар, но и в случае совершения потребителем других действий, которые направлены на исполнение условий, содержащихся в оферте.

Отсюда следует, что указанный договор по законодательному правилу будет считаться заключенным, если при условии согласования всех существенных условий. Законодательство закрепляет среди существенных условий для договора дистанционной торговли – предмет договора, и включает в него ассортимент и количество. Особенностью предмета нужно считать тот факт, что товар покупается согласно установленного в каталоге, который размещается на сайте либо же в печатных изданиях. Личное ознакомление с товаром или его образцом при дистанционной продаже никак невозможен. Также, предмет договора дистанционной купли-продажи обладает ограниченным характером, поскольку не каждый предмет может выступать товаром в рамках дистанционной торговли. Например, это относится к алкогольной продукции, оружие. В силу проведенного анализа можно утверждать о необходимости включения в существенные условия – цену товара, способ доставки товара.

Действующим законодательством Российской Федерации не урегулирован момент заключения договора дистанционной торговли. В этой связи, возникает неопределенность применения норм, связанных с заключением указанного договора. Законодатель целесообразно устранил двоякость в определении указанного момента. Также, это и применительно к электронным договорам купли-продажи и вполне можно считать момент заключения договора получение акцепта человеком, сделавшим оферту. Для урегулирования вопросов заключения дистанционных договоров путем заключения их как электронных договоров нужно разработать методические рекомендации принять и принять их на федеральном уровне.

## 2.2 Нарушения прав потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной купли-продажи в Интернете

В силу п. 3 ст. 497 ГК РФ договор дистанционной купли-продажи считается исполненным с момента доставки товара в место, указанное в таком договоре, а если место передачи товара таким договором не определено, с момента доставки товара по месту жительства покупателя-гражданина или месту нахождения покупателя – юридического лица. Но, федеральный законодатель предусмотрел право сторон определить свой порядок исполнения договора.

Есть случаи, где продавец в оговоренный сторонами срок доставляет покупателю товар надлежащего качества, приобретенный дистанционным способом, большого интереса не представляют, поскольку не возникает никакого спора, не нарушаются права сторон.

Часто возникают ситуации, когда продавец продает товар ненадлежащего качества и не комплектный. Законодатель не дает дефиниции, что понимать под термином «ненадлежащего качества». На практике возникают сложности в некоторых случаях относительно определения ненадлежащего качества товара.

Анализ судебной практики позволяет сделать вывод, что под надлежащим качеством можно понимать такое качество товара, при котором товар можно использовать по прямому назначению, без вреда для жизни, здоровья, пригодным к использованию в соответствии с целью, которой обычно используется.

Пример из судебной практики, который устанавливает, на то, что суд признал, ненадлежащим исполнение договора дистанционной продажи снегохода в связи с отсутствием необходимых на него документов: инструкции по эксплуатации, гарантийного талона, паспорта самоходной машины. Факт отсутствия документов был зафиксирован истцом в товарной накладной на выдачу груза. Кроме этого, был составлен и акт, в котором бухгалтером транспортной компании индивидуального предпринимателя подтверждалось, что груз был получен без необходимых документов. Он был вынужден обратиться к ответчику по телефону с претензией по поводу отсутствующих документов, на что ответчик предложил решить данный вопрос путем доплаты денежных средств, в связи, с чем истец не согласился. На претензию покупателя продавец не ответил.

Покупатель со своей стороны исполнил свою обязанность по оплате товара в полном объеме. Продавец не исполнил обязанность по доставке товара надлежащего качества, поскольку регистрация снегохода в органах Ростехнадзора без паспорта самоходной машины и дальнейшая его эксплуатация невозможна, что ущемляет права истца как потребителя, причиняет ему моральные страдания.

Суд признал, что ответчик обязан был предоставить истцу одновременно с проданным товаром технический паспорт на снегоход для его регистрации, гарантийный талон, инструкцию по эксплуатации [29, с. 1].

Приобретенный истцами товар не соответствует комплектации отраженной в приложенной инструкции на бумажном носителе, суд удовлетворил заявленные требования, взыскав с продавца в пользу покупателя стоимость цифрового фотоаппарата, неустойку за просрочку исполнения требований, компенсацию

морального вреда, штраф, расходы по оплате судебной экспертизы, почтовые расходы, расходы по уплате государственной пошлины, расходы на приобретение бумаги [30, с. 6].

Бывают случаи, когда договор не исполняется в связи с отказом покупателя от товара. Права потребителя, покупающего товар через интернет, особым образом защищены. Связано это с тем, что покупатель не может пощупать товар руками и оценить его качество и особенности до того момента, пока его не купит. Поэтому, покупатель может отказаться от покупки до момента передачи товара интернет-магазином. При всем этом, покупатель должен возместить продавцу расходы, понесенные в связи с совершением действий по исполнению договора (статья 497 ГК РФ). К таким действиям может относиться доставка товаров.

Также, потребитель вправе отказаться от товара в течение 7 дней после его получения. А в случае, если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, то потребитель вправе отказаться от товара в течение трех месяцев с момента передачи товара. В сравнении с договором розничной купли-продажи в приведенном нормативном положении отмечается особенность договора дистанционной продажи. Поскольку приведенное правило касается только тех случаев, когда товар приобретался дистанционно. В тех случаях, когда товар был приобретен покупателем по договору розничной купли-продажи, то вернуть его (отказаться от него) покупатель может при условии, что товар ненадлежащего качества. Товар надлежащего качества можно вернуть или обменять в течение 14 дней.

Законодательство предусматривает, что товар надлежащего качества может быть возвращен в интернет-магазин только при условии сохранения его товарного вида, его потребительских свойств, при наличии документа, который подтверждает факт оплаты этого товара. При условии, когда у покупателя не имеется в наличии документа, подтверждающего факт оплаты товара, подтвердить факт покупки товара можно путем свидетельских показаний, но покупатель может вернуть не любой товар. Законодательно установлен запрет на отказ от товара, который имеет индивидуально-определенные свойства, т. е. когда товар может быть использован только этим потребителем (например, в случае изготовления мебели по размерам клиентам).

В судебной практике в некоторых случаях возникает спор относительно отнесения товара к индивидуально-определенным. Так, например, суд установил, что смартфон приобретен покупателем посредством ознакомления с каталогом (номер 1125) предназначенным для неопределенного круга лиц. Согласно представленной покупателю инструкции по применению, прилагаемой к данному смартфону, следует, что он принадлежит фирме Samsung, что также указывает на отсутствие в данном товаре уникальных характеристик, наличие которых исключает возможность использования такового иным потребителем. Согласно представленным магазином сертификатам соответствия, данный смартфон является серийным выпуском Honor, то есть, не изготовлен на заказ исключительно для определенного смартфона.

Таким образом, опровергаются доводы заявителя о том, что смартфон является товаром, имеющим индивидуально-определенные свойства, и может быть использован исключительно приобретающим его потребителем [31, с. 4].

В тех случаях, когда покупатель возвращает товар, продавец должен вернуть деньги, уплаченные в счет оплаты. Продавец вправе оставить у себя часть оплаты товара в качестве компенсации, понесенных расходов в связи с доставкой товара от покупателя. При этом законодатель предусмотрел срок – 10 дней для возврата суммы оплаты. Такой срок начинает идти с момента, когда продавцу были предъявлены требования.

Потребитель в случае обнаружения в товаре недостатков, если они не были оговорены продавцом, по своему выбору вправе:

- потребовать замены на товар этой же марки (этих же модели и (или) артикула);
- потребовать замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;
- потребовать соразмерного уменьшения покупной цены;
- потребовать незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление потребителем или третьим лицом;
- отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар суммы. По требованию продавца и за его счет потребитель должен возвратить товар с недостатками.

Можно привести пример из материалов судебной практики. Ю. обратилась в суд с иском к ООО «ОрбитГмбХ» о защите прав потребителей. В обоснование иска указала, что она заключила с ответчиком договор купли-продажи фарфорового сервиза. Оплатив товар в полном объеме, она все свои обязательства перед Ответчиком выполнила полностью. Заказ был сделан по каталогу, т. е. дистанционным способом. Товар ей был передан в офисе фирмы Ответчика. Товарную накладную она смогла получить через два месяца.

При получении товара и его осмотре она обнаружила множество недостатков, а именно: предметы сервиза не соответствуют заявленной рекламе: отсутствуют соусница, большая салатница, формы предметов изменены; при вскрытии упаковки были разбитые предметы и иное. В связи с тем, что ответчик исполнил свои обязательства ненадлежащим образом, суд расторгнул договор, взыскал с ответчика стоимость сервиза; неустойку, стоимость расходов на фотографии бракованного товара; моральный вред; почтовые расходы [32, с. 2].

В другом судебном решении суд взыскал с ответчика (продавца) стоимость восстановительного ремонта ноутбука. В связи с тем, что блок питания, приобретенный у продавца, оказался некачественным, ноутбуку потребителя были причинены механические повреждения. Суд установил причинно-следственную связь между неисправностями ноутбука и использованием при работе с этим ноутбуком блока питания. Использование при работе с ноутбуком блока питания повлекло к возникновению в ноутбуке неисправностей. [33, с. 2].

Продавец отвечает за недостатки товара, на который установлен гарантийный срок, если не докажет, что они возникли после передачи товара потребителю

вследствие нарушения потребителем правил использования, хранения или транспортировки товара, действий третьих лиц или непреодолимой силы.

Продавец отвечает за недостатки товара, на который не установлен гарантийный срок, если покупатель докажет, что они возникли до передачи товара или по причинам, возникшим до этого момента.

Продавец обязан принять товар ненадлежащего качества у потребителя и в случае необходимости провести проверку качества товара. Покупатель вправе участвовать в проверке качества товара.

При возврате покупателем товара надлежащего качества составляются накладная или акт о возврате товара.

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

В случае если возврат суммы, уплаченной покупателем в соответствии с договором, осуществляется одновременно с возвратом товара покупателем, возврат указанной суммы осуществляется продавцом. Расходы на осуществление возврата суммы, уплаченной покупателем в соответствии с договором, несет продавец.

Дистанционная продажа предусматривает особенность, связанную с порядком оплаты товара. На практике, как правило, оплата товара осуществляется сразу при заключении договора дистанционной продажи (иными словами – предоплата товара) либо при получении заказанного товара у лиц, осуществляющих доставку, в местах получения товара. Соответственно, редко возникает ситуация, когда покупатель не оплачивает товар.

В некоторых случаях на практике может возникнуть ситуация, когда продавец игнорирует заказ, поступивший от покупателя. Такая ситуация возможна, когда интернет-магазин прекратил свою деятельность, но при этом владелец интернет-магазина не удалил сайт. В юридической литературе отмечается также, что иногда такая ситуация может возникнуть, если интернет-магазин являлся только ширмой для незаконного сбора персональных данных потенциальных покупателей. Затрагивая вопрос о персональных данных следует отметить, что многие интернет-магазины, не придавая особого внимания правовой составляющей и не задумываясь над функцией, которую такие документы могут и должны выполнять, нарушая законодательство о работе с персональными данными.

Интернет-магазин должен соблюдать политику конфиденциальности, поскольку за нарушение такого законодательства может наступить не только административная, но и уголовная ответственность.

При оформлении заказа в интернет-магазине покупатель заполняет форму, которая чаще всего включает фамилию, имя, отчество, адрес, номер телефона и иные сведения, которые в соответствии с действующим законодательством относятся к персональным данным. Оператором по обработке персональных данных в таком случае будет являться владелец интернет-магазина. Для соблюдения требований законодательства относительно работы с персональными данными, владелец сайта должен принять меры по обеспечению

конфиденциальности. Об условиях использования персональных данных пользователь должен быть ознакомлен до начала их обработки, а согласие пользователя должно быть конкретным и сознательным.

Если магазин собирается передавать данные пользователя третьим лицам (например, службе доставки), это нужно специально оговорить в пользовательском соглашении, т. к. на передачу данных необходимо согласие пользователя.

Важный нюанс: некоторым интернет-магазинам для оформления заказа вообще не нужны персональные данные покупателя (достаточно имени, контактного e-mail и адреса доставки). Если по совокупности информации о покупателе нельзя однозначно определить этого человека, то Закон о персональных данных на эти отношения не распространяется.

Таким образом, договор дистанционной купли-продажи считается исполненным в момент исполнения обязательств сторонами.

Анализ судебной практики позволяет выделить несколько видов правонарушений, возникающих в связи с неисполнением продавцом правил дистанционной продажи:

- игнорирование заказа;
- ложная информация о наличии товара на складе;
- увеличение цены товара при подтверждении заказа;
- поставка некомплектного товара по указанной цене;
- задержка доставки товара;
- доставка товара в неоговоренное время;
- доставка товара, отличающегося от заказанного;
- отказ от возврата товара.

В случае нарушения обязательств по договору к продавцу могут быть предъявлены требования по возмещению причиненного ущерба в связи с некачественным поставленным товаром, стоимость оплаченного товара, штраф в соответствии с законодательством о защите прав потребителей, компенсация морального вреда, иные расходы, которые понес потребитель (оплата экспертизы, транспортные расходы, государственная пошлина и т. п.).

### 2.3 Особенности возврата товара, приобретенного дистанционным способом

Закон о защите прав потребителей не предусматривает порядка возврата денег и товара продавцом и покупателем при расторжении договора купли-продажи дистанционным способом. Исходя из этого, такие правоотношения регулируются обычаями делового оборота.

Главная особенность дистанционной продажи товаров в том, что у потребителя нет возможности лично ознакомиться с товаром, а также образцом этого товара, т. е. покупатель не может потрогать, примерить товар.

Заключая договор, покупатель с продавцом не видят друг друга и не вступают в непосредственный контакт друг с другом, т. е. у покупателя в некоторых случаях нет возможности задавать продавцу возникающие вопросы относительно свойств приобретаемого товара.

Следовательно, при заключении договора розничной купли-продажи товара дистанционным способом покупатель находится в значительно худшем положении, по сравнению с покупателем. В связи с этим для покупателей, приобретающих товар дистанционным способом, законодатель вполне обосновано установил определенные нормы, которые расширяют возможности при заключении данной сделки.

В работе уже указывалось, что доставка товара может осуществляться курьером, по почте, путем выборки потребителем. Способ оплаты товара, соответственно, также может различаться: наличные деньги, на почте при получении посылки, «электронными» деньгами, при помощи банковского перевода.

Законодатель также предусмотрел возможность отказаться от товара. Таким правом покупатель может воспользоваться до момента получения товара. После получения товара такое право можно реализовать только в течение семи дней. При этом покупатель не должен указывать причину такого отказа от товара и его возврата. В этом случае законодатель предусмотрел, если информация относительно срока и порядка возврата товара надлежащего качества не была покупателю предоставлена в письменной форме, то тогда потребитель может отказаться от товара и его вернуть в течение трех месяцев с момента передачи товара.

Если возвращается товар надлежащего качества, то должен быть сохранен внешний вид, потребительские свойства данного товара, документ, свидетельствующий о факте его приобретения, а также условиях покупки товара. Тем не менее, если покупатель не сохранил документ, который бы подтвердил приобретение такого товара, то покупатель имеет право сослаться на другие доказательства.

В своей работе Тужилова-Орданская Е.В. подчеркивает, что Закон о защите прав потребителей закрепляет в ст. 26.1 право покупателя отказаться от товара, приобретенного дистанционным способом, в течение семи дней с момента получения. При условии, если продавец не исполнил обязанность по информированию покупателя об имеющемся у покупателя права на возврат товара, срок возврата товара увеличивается до трех месяцев [34, с. 245].

В сравнении с зарубежным законодательством можно сделать вывод о необходимости увеличения такого срока до шести месяцев, поскольку покупатель является более слабой стороной в рассматриваемом виде договора. Безусловно, логика и целесообразность внедрения указанного предложения очевидна. Исходя из этого, можно поддержать инициативу Тужиловой-Орданская Е.В. и закрепить увеличение срока возврата товара, приобретенного дистанционным путем. Для этого необходимо второй абзац п. 4 ст. 26.1 Закона о защите прав потребителей изложить в следующем виде: «В случае, если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, потребитель вправе отказаться от товара в течение шести месяцев с момента передачи товара».

При дистанционной продаже дополнительные права покупателей важны потому, что в этом случае товары приобретаются без ознакомления с ними, а возврат товара, как правило, затруднителен. Иногда продавцы на размещают информацию о себе, предоставляя только номер телефона или абонентского ящиков. Законодатель предусмотрел, что не все товары покупатель может вернуть. Не подлежат возврату товары индивидуально-определенного характера, т. е. такие товары, которые могли быть использованы исключительно данным потребителем. Эти товары, как правило, создаются на заказ. К ним можно отнести, например, пошив индивидуальной вещи, изготовление мебели по размерам клиента и т. д.

Следует также указать на одну существующую проблему: перечень товаров, не подлежащих обмену или возврату, не содержит норму, которая позволила распространить такой перечень на товары, приобретенные дистанционным способом. В судебной практике не выявлено единого мнения по данному вопросу. Поэтому очень сложно правоприменителю определить, возможно ли вернуть продавцу товар надлежащего качества, приобретенный дистанционным способом, если он входит в Перечень товаров, не подлежащих возврату и обмену.

Некоторые суды выносят решения, основываясь на ст. 26.1 Закона о защите прав потребителей, которая закрепляет, что потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара – в течение семи дней. Если информация об этом не была доведена до потребителя, то отказаться от товара можно в течение трех месяцев». Кроме того, по мнению некоторых судов, такая норма исключает применение п. 1 ст. 25 Закона, в том числе и применения перечня к отношениям, связанным с дистанционной торговлей. Это обусловлено тем, что Закон, закрепляя нормы о дистанционной торговле, не предусматривает ограничения по возврату и обмену товара, как это имеет место при продаже обычным способом.

Так, Волгоградский областной суд отметил, что указанный перечень применению не подлежит, так как ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей» устанавливает безусловное право потребителя на отказ от товара, приобретенного дистанционным способом, и не содержит никаких указаний на применение данного перечня при таком способе приобретения товара» [35, с. 3].

Другого мнения придерживается Московский городской суд, который указывает в своих решениях, что норма п. 1 ст. 25 Закона, закрепляющая перечень товаров, не подлежащих обмену и возврату, выступает в качестве специальной относительно ст. 26.1 того же Закона, предусматривающей право потребителя отказаться от товара, купленного дистанционно. Суд указал, что возможность вернуть товар зависит не от способа приобретения данного товара, а от его характеристик [36, с. 2].

Позиция суда является более приемлемой, отвечающей принципам разумности и справедливости. Такая позиция позволяет учитывать не только интересы покупателей, но и продавцов, поскольку первая из указанных позиций не учитывает интересы продавцов, предполагает, что покупатель может вернуть продавцу любой товар, включая текстильные и парфюмерно-косметические

товары, предметы личной гигиены, бельевые изделия, ювелирные украшения и т. д.

Предоставление широких прав покупателю по возврату товаров, приобретенных дистанционным способом, совсем не оправдано, поскольку покупатель до момента заключения договора имеет возможность задать все интересующие его вопросы относительно характеристик товара, обладает возможностью рассмотреть аналогичный товар на витринах, ознакомится с отзывами относительно данного товара на интернет-сайтах.

## Выводы по разделу 2

Во втором разделе работы рассмотрен анализ проблем при заключении договора дистанционным путем. Законодательство, не дает четкой формулировки термина «предмет договора». Оно относится к предмету непосредственно вещь, по факту которой стороны предпринимают юридические действия и вступают в правовые отношения. Стороны не могут заключить договор, если они не определили предметы, которые будут проданы впоследствии.

В договоре дистанционной купли-продажи в качестве предмета следует рассматривать товар, который передается продавцом покупателю. Если в договоре отсутствует условие о качестве товара, то следует руководствоваться правовой нормой о пригодности товара для цели, с которой они используется.

Предмет является существенным условием для договора дистанционной купли-продажи, именно поэтому договор будет считаться заключенным, если стороны согласовали условия о предмете, включая ассортимент и количество, который будет передан в ходе сделки.

Кроме того, предмет договора дистанционной купли-продажи обладает ограниченным характером, поскольку не каждый предмет может выступать товаром в рамках дистанционной продажи. Например, это относится к алкогольной продукции, оружие. Проведенное исследование позволяет утверждать о необходимости включения в существенные условия – цену товара, способ доставки товара.

Если говорить о нарушении прав потребителей договора дистанционной купли-продажи, то Федеральный законодатель предусмотрел, что товар может быть возвращен в интернет-магазин только при условии сохранения его товарного вида, его потребительских свойств, при наличии документа, который подтверждает факт оплаты этого товара. При условии, когда у покупателя не имеется в наличии документа, подтверждающего факт оплаты товара, подтвердить факт покупки товара можно путем свидетельских показаний.

Однако покупатель может вернуть не любой товар. Законодательно установлен запрет на отказ от товара, который имеет индивидуально-определенные свойства, т. е. когда товар может быть использован только этим потребителем (например, в случае изготовления мебели по размерам клиентам).

Таким образом, у покупателя при дистанционной купле-продаже товара нет возможности лично ознакомиться с товаром, а также образцом этого товара, в

некоторых случаях нет возможности задавать продавцу возникающие вопросы относительно свойств приобретаемого товара. В связи с этим, для покупателей, приобретающих товар дистанционным способом, законодатель вполне обосновано установил определенные нормы, которые расширяют возможности при заключении данной сделки и возврате товара.

У покупателя есть возможность выбрать способ доставки товара, выбрать способ оплаты товара. А также имеет возможность отказаться от товара, в соответствии с пунктом 4 статьи 26.1 Закона.

Целесообразно предусмотреть норму, которая позволила бы распространять Перечень товаров, не подлежащих обмену или возврату на случаи приобретения товара дистанционно.

### 3 ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

#### 3.1 Решение отдельных проблемных аспектов в области защиты прав потребителей

Особенность продажи товаров дистанционным способом заключается в том, что покупатель не имеет возможности ознакомиться воочию с товаром, его непосредственными характеристиками, внешним видом, свойствами, и другими особенностями. Оплата за товар осуществляется безналичным способом, с помощью электронных денег. Именно поэтому законодатель предоставляет несколько иные права покупателям при дистанционной продаже, чем при условиях обычной розничной продажи. Специалисты отмечают некоторые проблемы в правовом регулировании такого вида продажи, особенно это касается продажи товаров в сети Интернет. В первую очередь, необходимо обозначить проблему идентификации пользователя, особенно при заключении договора в электронном виде [38, с. 122]. Гражданский кодекс РФ предусматривает, что договор может быть заключен устно, если нет другой договоренности сторон или не следует иное из положений закона. При заключении договора купли-продажи при помощи сети интернет возникают проблемы с подписью, а также с обработкой персональных данных. На основании Федерального закона РФ «О персональных данных» персональные данные обрабатываются только на территории России, поэтому возникают сложности в обработке данных в случае приобретения товаров на зарубежных интернет-магазинах. Возникают проблемы и в случае участия в продаже (покупке) товаров информационных посредников. В случае приобретения товара дистанционным путем большое внимание покупателем обращается на данные продавца, условия покупки. В силу пункта 8 Правил продажи товаров дистанционным способом, продавец должен до заключения договора розничной купли-продажи предоставить покупателю информацию об основных потребительских свойствах товара и адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, полном фирменном наименовании (наименовании) продавца, о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора. Реализация указанного пункта затруднена, так как информация о продавце в случае приобретения товара через интернет подлежит размещению на сайте. Однако, сайт является нематериальным и представляет собой сочетание информации и программного обеспечения. В этой связи, сайт по своей специфике не может выступать в качестве постоянного представительства. Большая часть владельцев сайтов в сети интернет не являются собственниками серверов, поэтому для размещения сайта вынуждены обращаться к специализированным организациям, имеющим необходимое оборудование и оказывающим такие услуги.

Бывают случаи, что на сайте размещается информация, не соответствующая действительности, т. е. указанные данные не являются реальными данными о

продавце, что не дают возможность покупателю вернуть товар, приобретенный через интернет-сайт, продавцу обратно. Поэтому нужно предусмотреть возможность установления ответственности для информационных посредников за размещение на сайте только проверенной информации, в том числе и информации о данных продавца. Также необходимо обозначить проблему применения национального законодательства в случаях приобретения товара на зарубежных сайтах, предлагающих приобрести определенный товар [38, с. 2]. Возникает сложность, каким нормативным актом в данном случае необходимо руководствоваться, поскольку нормы Закона о защите прав потребителей, Правила о дистанционной торговле не распространяются на случаи приобретения товара с зарубежным продавцом. Поэтому необходимо законодательно урегулировать данный вопрос. Поскольку в целом правовое регулирование электронной торговли отсутствует не только в рамках законодательства РФ, но и на международном уровне. Электронный коммерческий оборот не унифицирован, несмотря на то, что большое число международных организаций занимается таким процессом. В целом правовое регулирование осуществляется только по отдельным вопросам, чаще всего частного характера. В целом электронная коммерция не урегулирована. Безусловно, это является большим упущением, учитывая объемы продаж, осуществляемые при помощи интернета. Еще одной проблемой является правовое регулирование электронных платежей как важной, а иногда и неотъемлемой части дистанционной торговли. С каждым годом количество платежей, совершенных в электронной форме по договорам купли-продажи растет. Однако правовое регулирование данной сферы является не в полной мере урегулированным. Необходимо обозначить проблему понятийного аппарата, поскольку в нормативных актах встречаются понятия электронные денежные средства, доменное имя, электронный документ, «электронная торговля», «информационная услуга» и др. Тем не менее, в нормативных актах легальные определения некоторых понятий, встречающихся в сфере дистанционной торговли, не закреплены [37, с. 125]. Также необходимо обозначить проблему существования посредников при оплате товара, приобретенного дистанционным способом. К таким посредникам относятся операторы платежных систем, которые действуют на основе Федерального закона «О национальной платежной системе» и оказывают услуги на профессиональной основе. Электронные денежные средства перечисляются в рамках оплаты по договору, они не предполагают сохранение таких средств и не направлены на обеспечение их роста. На остаток таких денежных средств не могут быть начислены проценты или произведены вознаграждения. Распоряжения относительно электронных денежных средств могут быть переданы только с использованием информационных технологий [39, с. 103].

Электронные деньги не могут быть рассмотрены как деньги в узком смысле слова, исходя из норм гражданского права. Такие деньги не выполняют функции, свойственные обычным деньгам: у них нет меры стоимости, средства платежа, функции мировой валюты, средства накопления. Они не являются обязательными к приему на территории РФ, поскольку не выступают в качестве национального

платежного средства. Все перечисленное обременяет отношения, связанные с дистанционной торговлей, дополнительными сложностями, которые регулируются нормами информационного права. Такая ситуация ставит потребителя (покупателя) в более слабое положение. Не следует забывать также, что в сфере электронных платежей действует законодательство, направленное на профилактику финансирования терроризма и отмывания денег. Такие функции выполняет Росфинмониторинг на основании данных, предоставленных банками и кредитными учреждениями. Иными словами, отношения «потребитель – продавец» в рамках дистанционной купли-продажи будут усложняться наличием посредников, действующих в рамках информационного права и противодействия легализации преступных доходов. Существует также проблема безопасности электронных переводов и платежей. Среди наиболее крупных платежных систем в РФ действуют Яндекс.Деньги, WebMoney, RBK Money.

Анонимность клиента (физического лица) гарантируется при условии, если остаток электронных денежных средств в любой момент не превышает 150 00 тысяч рублей, а общая сумма переводимых электронных денег с использованием одного не персонифицированного электронного средства платежа не превышает 400 00 тысяч рублей в течение календарного месяца. В этом случае электронное средство платежа является не персонифицированным, то есть анонимным.

Сложности в регулировании оплаты в рамках дистанционной продажи налагает сложности в налогообложении, поскольку при оплате электронными средствами не всегда можно отследить движения средств и обозначить доход, полученный предпринимателем в рамках такого вида торговли. Банковский контроль не всегда является эффективным средством, поэтому возникает необходимость в регулировании такого аспекта. Возникают проблемы и при продаже отдельных товаров. В настоящее время большой популярностью пользуется продажа ювелирных изделий на интернет-сайтах, что не всегда является гарантом продажи качественного изделия. Правовое регулирование данного вопроса отличается пробелом и несовершенством.

Законодательством не определены четко возможности продажи ювелирных изделий дистанционно. На практике такая продажа осуществляется в месте нахождения клиента, когда последний знакомится с изделием, фактически заключается договор. В такой ситуации не выявлено нарушений закона, и действия продавца считаются допустимыми, не противоречащими нормам законодательства.

С учетом изложенного, среди проблем, имеющих место в сфере дистанционной продажи, следует обозначить следующие проблемы:

- идентификации пользователя при заключении договора дистанционной продажи;
- обработки данных в случае приобретения товаров в зарубежных интернет-магазинах;
- участия в продаже (покупке) товаров информационных посредников;

- применения национального законодательства в случаях приобретения товара на зарубежных сайтах;
- существования посредников при оплате товара, приобретенного дистанционным способом;
- безопасности электронных переводов и платежей;
- продажи отдельных видов товара.

Сложности в регулировании оплаты в рамках дистанционной продажи налагает сложности в налогообложении.

### 3.2 Ключевые направления совершенствования гражданского законодательства в сфере продажи товаров дистанционным способом

Изучая пути совершенствования законодательства о дистанционной продаже товаров, необходимо отметить, что такой вопрос невозможно исследовать в отрыве от договора розничной купли-продажи. Договор дистанционной продажи является видом договора розничной купли-продажи, поэтому некоторые вопросы совершенствования договора розничной купли-продажи будут влиять на правовое регулирование анализируемого договора. Следует указать, что действующее законодательство не конкретизирует состав субъектов договора розничной купли-продажи, как в качестве продавца, так и в качестве покупателя. Закон о защите прав потребителей дает определение продавцу, но применительно покупателя дефиниция также отсутствует. Этот Закон определяет только потребителя, но не покупателя.

Таким образом, в законодательстве в данном случае отмечается пробел, требующего своего разрешения. Учитывая особенности продажи дистанционным способом, необходимо предусмотреть в нормативных правовых актах определение продавца, отражающего специфику субъектного состава договора дистанционной продажи. Например, в последнее время в качестве продавцов выступают владельцы сайтов интернет-магазинов, что, безусловно, следует указать в дефиниции. В качестве предмета договора дистанционной продажи, также, как и в договоре розничной купли-продажи предметом может выступать товар, который может быть использован только в личных целях. Действующее законодательство не содержит критерия, позволяющего безошибочно определять, какой товар будет соответствовать такому требованию, а какой товар – нет.

На практике достаточно много видов имущества, выступающего в качестве объектов договора, предусмотренного параграфом 2 главы 30 ГК РФ, имеют многофункциональное назначение, т. е. по своей природе могут использоваться как для целей предпринимательской деятельности, так и для целей, не связанных с ней. Даже предметы, являющиеся объектами индивидуального пользования, могут приобретаться покупателями для осуществления предпринимательской деятельности, например, индивидуальными предпринимателями для последующей перепродажи. Контролирующими органами РФ разъясняется поставленный вопрос, где обязывают продавца интересоваться целью приобретения товара.

Кроме того, они указывают, покупка какого имущества для личного, семейного и домашнего потребления представляется весьма затруднительной. К этой группе вещей относятся: контрольно-кассовая техника, детекторы банкнот, весы, торговое оборудование, стоматологические материалы, офисное оборудование.

Таким образом, необходимо обозначить основной критерий отнесения реализуемых товаров к объектам договора розничной купли-продажи в виде цели их дальнейшего использования покупателем.

Особенности дистанционной продажи регламентируются ст. 497 ГК РФ и выражаются в отсутствии у покупателя возможности изучить сам товар непосредственно и наличии промежутка времени между заключением и исполнением договора, а также предусматривают порядок отказа от исполнения договора розничной купли-продажи покупателем.

Наличие права покупателя на отказ от исполнения договора ведет на практике к определенным проблемам: свойства объекта сделки могут быть таковыми, что другие покупатели товаром, указанным в п. 3 ст. 497 ГК РФ, воспользоваться не смогут. В этом случае ч. 3 п. 4 ст. 261 ФЗ «О защите прав потребителей» предусматривает некоторые ограничения. А именно, если товар надлежащего качества имеет индивидуально-определенные свойства и может быть использован исключительно приобретающим его покупателем, отказ от такого товара невозможен. Данный признак выражается в том, что товар должен существенным образом отличаться от подобных вещей: например, если заказана изготовленная по индивидуальному чертежу встроенная кухонная мебель.

Однако, законы о защите прав потребителей и принятые в соответствии с ними правовые акты применяются только к отношениям с участием покупателя-гражданина, т. е. покупатель-организация будет руководствоваться лишь ст. 497 ГК РФ.

Так, юридическое лицо, приобретающее товар для использования его не в предпринимательских целях, может вернуть продавцу имущество, которое имеет индивидуально-определенные признаки и не может быть использовано другими покупателями.

Таким образом, предлагаем устранить данный пробел путем внесения соответствующих изменений в действующее законодательство РФ. Постановлением Правительства РФ «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» закрепляются такие важные в правоотношениях моменты, как обязанность продавца сообщить покупателю определенную информацию и условия, при которых возможен возврат товара.

Вышеуказанные постановления не распространяют свое действие на покупателей юридических лиц (организаций). В силу того, что существует множество разных способов дистанционной торговли, у покупателя (организации) не всегда есть возможность оговорить с контрагентом все интересующие его условия. В связи с этим, необходимо распространить действие вышеназванного постановления на покупателей, в качестве которых выступают организации. В работе указывалось, что в не каждый товар может выступать в качестве предмета

дистанционной продажи. В частности, не может являться предметом дистанционной продажи алкогольная продукция. Однако на практике можно встретить сайты, которые предлагают приобрести алкогольно-содержащую продукцию через Интернет. Это выражено тем, что действующее законодательство устанавливает запрет на продажу алкогольной продукции, но нет нигде запрета на ее демонстрацию. Такие сайты оформляются как интернет-витрина стационарной точки. Курьеру оформляется доверенность на приобретение алкоголя, который и доставляет заказ, сделанный по сети Интернет, непосредственно домой.

Кроме того, на некоторых сайтах особо подчеркивается, что такие действия не являются договором розничной купли-продажи, осуществленной дистанционным способом. Оплата товара в таких случаях осуществляется безналичной формой. Следует отметить еще одно нарушение при продаже алкогольной продукции через сеть Интернет – вероятность продажи такого товара лицу, не достигшему совершеннолетия, поскольку продавец не может удостовериться в возрасте покупателя.

В судебной практике встречаются случаи, при которых рассматривались иски, затрагивающие интернет-магазины (интернет-витрины), предлагающим алкогольную продукцию.

Исходя из этого, необходимо запретить не только продажу таких товаров, но и их демонстрацию. При этом необходимо при помощи бланкетной нормы закрепить перечень товаров, которые не могут выступать в качестве предмета договора дистанционной продажи.

В юридической литературе высказываются предложения, направленные на закреплении административной ответственности за продажу алкоголя дистанционным способом. Необходимо ст. 14.16 КоАП РФ дополнить ч. 5, которая закрепила бы ответственность за продажу такой продукции дистанционным способом. Это предложение является обоснованным, поскольку, не позволяет оценить возраст покупателя и допускает вероятность продажи алкоголя несовершеннолетнему.

Кроме того, в связи с участвовавшими случаями отравления алкогольной продукцией достаточно высок риск продажи поддельной алкогольной продукции. Несомненно, продажа алкоголя таким способом может повлечь риск для жизни и здоровья граждан. В связи с этим, нужно минимизировать риски и наказать тех лиц, которые, стремясь получить дополнительную материальную выгоду, нарушают запрет на продажу алкогольной продукции дистанционным способом.

Поскольку в целом правовое регулирование дистанционной продажи отсутствует, не только в рамках законодательства РФ, но и на международном уровне, важным аспектом является электронный коммерческий оборот, унификацией которого занимается большое число международных организаций. В целом, правовое регулирование осуществляется только по отдельным вопросам, чаще всего частного характера. Безусловно, это является большим упущением, учитывая объемы продаж, осуществляемые при помощи интернета.

Изучая пути совершенствования законодательства о дистанционной продаже товаров, нужно систематизировать законодательство в части продажи дистанционной торговли, это решение позволит установить одинаковые для всех правила на рынке дистанционной продажи, а так же расширить понятийный аппарат в данной сфере. Чтобы расширить возможности для саморегулирования деятельности предпринимателей по дистанционной продаже товаров, следует создать нормативную базу, которая также будет предусматривать организацию уведомительного реестра, в котором будет отображаться доменное имя интернет-магазина с конкретным предпринимателем.

Целесообразно законодательно закрепить гарантии обычным пользователям компьютерной сети.

Можно сделать некоторые предложения, а именно:

- обязательное предоставление информации об особенностях электронного договора перед заключением любого электронного договора, в том числе информационными посредниками;
- законодательное установление минимального перечня сведений, которые должны предоставляться при заключении электронного договора, формы предоставления этих сведений;
- законодательное закрепление требования об обязательной регистрации сайта и предоставление сведений о юридическом лице, которое размещает на нем свою информацию, а также установление ответственности информационных посредников, за непредставление информации которые обеспечивает функционирование сайта.

Таким образом, можно сделать следующие выводы, что особенностью продажи товаров дистанционным способом является то, что покупатель лишен возможности непосредственного ознакомления с товаром, и его образцом до момента его получения. Оплата товара чаще всего осуществляется безналичным способом. Именно поэтому законодатель предоставляет несколько иные права покупателям при дистанционной продаже, чем при условиях обычной розничной продажи.

В первую очередь, необходимо обозначить проблему идентификации пользователя, при заключении договора в электронном виде. ГК РФ предусматривает, что договор может быть заключен устно, если нет другой договоренности сторон или не следует иное из положений закона. Еще одной проблемой является правовое регулирование электронных платежей как важной, а иногда и неотъемлемой части дистанционной купли-продажи. С каждым годом количество платежей, совершенных в электронной форме по договорам купли-продажи растет. Однако правовое регулирование данной сферы является не в полной мере урегулированным. В случае приобретения товара на зарубежных сайтах, нормы Закона о защите прав потребителей, Правила дистанционной продажи не распространяются на случаи приобретения товара с зарубежным продавцом.

### Выводы по разделу 3

Изучая пути совершенствования законодательства о дистанционной продаже товаров, нужно систематизировать законодательство в продаже дистанционным способом, такое решение позволит установить единые для всех правила на рынке дистанционной продажи, а так же расширить понятийный аппарат в данной сфере. Нужно разработать нормативную базу для увеличения возможности саморегулирования деятельности предпринимателей в случае продажи товара дистанционным способом.

В рамках усовершенствования действующего законодательства, которое регулирует дистанционную продажу товаров, предлагается внести следующие изменения:

– закрепить п.1 ст.492 ГК РФ в части замены слова «предназначены» словом «приобретаемый»;

– закрепить определения «покупатель», «продавец» в договоре розничной купли-продажи, указав особо специфические черты, свойственные для договора дистанционной продажи;

– закрепить в нормативных правовых актах единый термин: «дистанционные договоры», а именно: «Дистанционный договор – соглашение между продавцом и покупателем об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей, заключенных путем вне стационарных мест продажи товаров, без непосредственного общения продавца и покупателя в момент заключения такого договора»;

– разработать и утвердить на законодательном уровне Правила продажи товаров дистанционным способом, в которых закрепить перечень товаров не подлежащих выступать в качестве предмета договора дистанционной продажи и установить запрет на их продажу и демонстрацию;

– дополнить ст. 14.16 КоАП РФ ч. 5 в следующей редакции:

«Статья 14.16. Нарушение правил продажи этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции

5. Продажа дистанционным способом лицам, не достигшим 18 лет алкогольной продукции,

– влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от тридцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей; на должностных лиц – от ста тысяч до двухсот тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.».

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

История законодательства, приуроченная к правовому регулированию защиты прав потребителей, приобретает особенное начало еще с древнего мира, однако наиболее современный подход начал образовываться в США в конце XIX века. В России данная процедура появления правового регулирования отношений по защите прав потребителей отложен до конца прошлого века из-за особенностей общественно-политического строя страны. Фактически в прошлом веке на законодательном уровне не уделялось внимание анализируемым отношениям. История появления нормативных правовых актов в РФ относится к 1991 году, когда был принят первый Закон, направленный на защиту прав потребителей.

Правовые отношения в сфере защиты прав потребителей установлены законодательством РФ, судебной практикой и обычаями делового оборота. Установлено большой перечень нормативных правовых актов, различной юридической силы, которыми регулируются отношения, связанные с защитой прав потребителей. В силу ГОСТ 57489 – 2017 возможно позволит привести дистанционную торговлю в сети интернет к единообразному виду, что повысит гарантии.

По сути, договор дистанционной продажи станет считаться заключенным не только в момент выдачи потребителю кассового либо товарного чека, также другого документа, который может подтвердить оплату товара, или получения от продавца сообщения о намерении покупателя приобрести товар, но и в случае совершения потребителем других действий, которые направлены на исполнение условий, содержащихся в оферте.

Договор по общему правилу считается заключенным при условии согласования всех существенных условий. Законодатель закрепил среди существенных условий для договора дистанционной торговли - предмет договора, включая его ассортимент и количество. Среди особенностей предмета следует тот факт, что он покупается на основании описания в каталоге, который размещается на сайте либо же в печатных изданиях. Личное ознакомление с товаром или его образцом при дистанционной торговле невозможен. А также, предмет договора дистанционной купли-продажи обладает ограниченным характером. Проведенное исследование позволяет утверждать о необходимости включения в существенные условия – цену товара, способ доставки товара.

Договор дистанционной торговли не урегулирован конкретно применительно к моменту его заключения. В связи с этим возникает неопределенность применимости норм, связанных с заключением договора.

Целесообразно устранить двоякость в определении такого момента. Применительно к электронным договорам купли-продажи вполне допустимо считать в качестве момента заключения такого договора получение акцепта лицом, сделавшим оферту. С целью наиболее детального и точного регулирования электронных договоров целесообразно издать и принять нормативный акт об электронной торговле.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Чистяков, О.И. Российское законодательство X–XX веков: учебник / О.И. Чистяков. – М.: Законодательство Древней Руси, 1984. – 432 с.
2. Сальников, В.П., Регламентация медицинской деятельности в России / В.П. Сальников // Журнал российского права. Серия «Историко-правовые вопросы (X – XVII вв.)». – 2001. – № 4. – С. 143–151.
3. Кейта-Станкевич, Т. Эволюция защиты прав потребителей (мировой и отечественный опыт) / Т. Кейта-Станкевич // Журнал международного права и международных отношений. – 2001. – № 2. – С. 17–18.
4. Чепурной, И.П. Защита прав потребителей: учебник / И.П. Чепурной. – М.: Виды и способы обмана покупателя при продаже продовольственных товаров, 2003. – 411 с.
5. Коротеева, Н.Н. Аптечное дело в Курской губернии в середине XIX – начале XX вв.: автореферат дисс... канд. истор. наук / Н.Н. Коротеева. – Курск, 2004. – 28 с.
6. Бычко, М.А. Развитие законодательства о защите прав потребителей в России историко-правовой аспект: автореферат дисс... канд. юрид. наук / М.А. Бычко. – Ставрополь, 2000. – 21 с.
7. Гражданское право: учебник / А.П. Сергеев, Ю.К. Толстой; под ред. А.П. Сергеева, Ю.К. Толстого. – М.: Гражданское право Российской Федерации, 1997. – 22 с.
8. Нецветаев, А.Г. Правовое регулирование защиты прав потребителей. // А.Г. Нецветаев // Статья «Юридический мир». – 2000. – № 11. – С. 46–52.
9. Шерстобитов, А.Е. Гражданско-правовые вопросы охраны прав потребителей: учебник / А.Е. Шерстобитов. – М.: Защита прав потребителей, 1993. – 143 с.
10. Ваниянц, Д.Ю. Некоторые аспекты правового регулирования защиты прав потребителей в РФ / Д.Ю. Ваниянц // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. – 2015. – № 2. – С. 98–103.
11. Волкова, М.А. Эффективность формирования системы права в современных условиях: учебник / М.А. Волкова. – М.: История государства и права, 2013. – 32.
12. Золотарева, А.Е., Международные договоры в сфере защиты прав потребителей: учебник / А.Е. Золотарева. – М.: Актуальные проблемы российского законодательства, 2015. – 78.
13. Ситдикова, Л.Б. Проблемы защиты прав потребителей в сфере оказания публичных услуг: учебник / Л.Б. Ситдикова. – М.: Российская юстиция, 2015. – 17.
14. Ситдикова, Л.Б. Теоретические и практические проблемы правового регулирования информационных и консультационных услуг в гражданском праве России: учебник / Л.Б. Ситдикова. – М.: Юрист, 2008. – 344 с.
15. Величковский, А.В. Возврат товаров по договору розничной купли-продажи / А.В. Величковский // Гражданское право. – 2011. – № 1. – С. 103–105.
16. Белов, В.А. Доставка товара по договору розничной купли-продажи: условие договора или экспедирование / В.А. Белов // Нотариус. – 2017. – № 6. – С. 3–5.

17. Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 г. № 55 «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации»//Собрание законодательства РФ . –1998. – № 4. – С. 482.
18. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 г. № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» // Собрание законодательства РФ. – 2007. – № 41. – С. 4894.
19. Постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суда от 24.01.2011 по делу № А56-53274/2010. – СПС «КонсультантПлюс».
20. Обзор судебной практики по гражданским делам президиума Нижегородского областного суда от 29.01.2014 // Бюллетень Нижегородского областного суда. – 2014. – № 2.
21. Марчук, М.А. Момент заключения договора продажи товара дистанционным способом / М.А. Марчук // Юрист. – 2009. – № 3. – С. 38–41.
22. Постановление Первого арбитражного апелляционного суда от 05.09.2011 по делу № А43-505/2011. – СПС «КонсультантПлюс».
23. Парций, Я.Е. Комментарий к Закону РФ «О защите прав потребителей» (постатейный)/ Я.Е. Парций. – СПС «КонсультантПлюс».
24. Волкова, А. Интернет-магазин: Заключение договора / А. Волкова // Финансовая газета. Региональный выпуск. – 2008. – № 24.
25. Багоян, Е. Г. Интернет-торговля и особенности ее правового регулирования / Е.Г. Багоян, // Журнал предпринимательского и корпоративного права. – 2017. – № 4. – С. 49–54.
26. Апелляционное определение Иркутского областного суда от 11.08.2014 по делу № 33-6495/14. – СПС «КонсультантПлюс».
27. Апелляционное определение Верховного суда Республики Башкортостан от 10.05.2012 по делу № 33-4635/2012. – СПС «КонсультантПлюс».
28. Постановление Восьмого арбитражного апелляционного суда от 18.07.2012 по делу № А70-763/2012. – СПС «КонсультантПлюс».
29. Апелляционное определение Московского городского суда от 04.12.2015 по делу № 33-45312/2015. – СПС «КонсультантПлюс».
30. Тужилова-Орданская, Е.В. Гражданско-правовое регулирование дистанционного договора / Е.В. Тужилова-Орданская // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер.5. Юриспруд. – 2012. – № 1. – С. 245–248.
31. Кассационное определение Волгоградского областного суда от 15.07.2011 по делу № 33-9648. – [http://sudact.ru/de\\_fence/check\\_captcha/?return\\_url=%2Fregular%2Fdoc%2FPVQd2eOxYGgx%2F](http://sudact.ru/de_fence/check_captcha/?return_url=%2Fregular%2Fdoc%2FPVQd2eOxYGgx%2F)
32. Апелляционные определения Московского городского суда от 02.12.2014 по делу № 33-26783 и от 26.05.2015 по делу № 33-17875. – <https://www.mosgorsud.ru/>

33. Постановление ФАС Поволжского округа от 17.08.2010 по делу № А49-11265/2009. – СПС «КонсультантПлюс».
34. Архипов, В.В. Проблемы правового регулирования оборота товаров в сети Интернет: от дистанционной торговли до виртуальной собственности / В.В. Архипов, Е.В. Килинкарлова, Н.В. Мелашенко // Закон. – 2014. – № 6. – С. 120–143.
35. Боброва, Г.С. Актуальные проблемы защиты прав потребителей при дистанционной торговле / Г.С. Боброва. – <http://izron.ru/articles/o-nekotorykh-voprosakh-i-probleмах-sovremennoy-yurisprudentsiisborniknauchnykh-trudov-po-itogam-m/sektsiya-3-grazhdanskoe-pravopredprinimatelskoe-pravo-semeynoe-pravo-mezhdunarodnoe-chastnoe-pravo/aktualnye-problemy-zashchity-prav-potrebiteley-pri-distantionnom-sposobe-prodazhi/>
36. Колосовская, Н.Н. Электронные денежные средства с точки зрения IT технологий / Н.Н. Колосовская // Вестник финансового университета. – 2017. – Том 21. – № 2. – С.100–106.
37. Омаркадиева, К.М. Некоторые вопросы регулирования дистанционной продажи ювелирных изделий / К.М. Омаркадиева // Законодательство и экономика. – 2016. – № 9. – С.55–57.
38. Апелляционное определение Московского областного суда от 22.04.2015 по делу № 33-9342/2015. – СПС «КонсультантПлюс».
39. Супонина, Е.А. О перспективах административной ответственности за дистанционную торговлю алкогольной продукцией / Е.А. Супонина // Международный научный журнал «Инновационная наука». – 2016. – № 1. – С.141–142.