ФГБОУ ВО «Российская государственная академия интеллектуальной собственности»

Ступень обучения: Бакалавриат

Направление: Юридические науки

Тематика: Цифровые технологии

Курсовая работа

**Договор дистанционной розничной купли-продажи по законодательству Российской Федерации**

**Работу выполнил:**

Максимлюк Екатерина Андреевна

Студент 2 курса

ФГБОУ ВО «Российская государственная академия интеллектуальной собственности»

**Научный руководитель:**

Сергеева Наталья Юрьевна

К.ю.н., доцент

ФГБОУ ВО «Российская государственная академия интеллектуальной собственности»

Москва, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc103299338)

[1. ДИСТАНЦИОННАЯ ПРОДАЖА ТОВАРОВ И УСЛУГ КАК ПРАВОВЕ ЯВЛЕНИЕ 5](#_Toc103299339)

[2. ПОНЯТИЕ, ЭЛЕМЕНТЫ И СУЩЕСТВЕННЫЕ УСЛОВИЯ ДОГОВОРА ДИСТАНЦИОННОЙ РОЗНИЧНОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ 10](#_Toc103299340)

[3. ПРАВОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ДИСТАНЦИОННОЙ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ 16](#_Toc103299341)

[4. ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН ПО ДОГОВОРУ ДИСТАНЦИОННОЙ РОЗНИЧНОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ 22](#_Toc103299342)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 29](#_Toc103299343)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ 31](#_Toc103299344)

## **ВВЕДЕНИЕ**

Цифровизация выступает одним из векторов современного развития. Цифровая экономика и инновационные технологии, которые связаны с ней, являются одним из главных факторов роста. При этом внедрение технологий в экономику влияет и на смежные сферы, что производит комплексный эффект. Дистанционная торговля является одним из структурных элементов цифрового рынка, по оценкам экспертов она на сегодняшний день выступает самым активно развивающимся направлением рынка. С 2010 года объемы дистанционной торговли в России увеличились в 15 раз. На долю дистанционной торговли в структуре розничной продажи приходится более 4,8 %. Благодаря таким темпам роста за последние 5 лет дистанционная торговля выделилась в отдельную отрасль.

Для выделения дистанционной торговли в отдельную отрасль было необходимо формирование правовой базы.

Законодательство Российской Федерации в сфере регулирования дистанционной торговли еще в полной мере не удовлетворяет потребностей рынка и также в полной мере не может обеспечивать защиту интересов как продавца, так и покупателя.

Основой правоотношений в сфере дистанционной торговли выступает договор купли-продажи. Но и в этой сфере в нашем законодательстве остается ряд неурегулированных проблем, что уменьшает эффективность и правового регулирования дистанционной торговли и обеспечения прав и свобод покупателя и продавца.

Цель исследования – охарактеризовать ключевые аспекты правового регулирования договора купли-продажи, совершаемого дистанционным способом, в рамках законодательства Российской Федерации.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- охарактеризовать дистанционную торговлю товарами и услугами как правовое явление;

- рассмотреть понятие, элементы и существенные условия договора дистанционной розничной купли-продажи;

- охарактеризовать правовые требования при осуществлении дистанционной торговли;

- рассмотреть специфику ответственности сторон по договору дистанционной розничной купли-продажи.

Объект исследования – правовые отношения, складывающиеся в сфере дистанционной торговли Российской Федерации.

Предмет исследования – гражданско-правовые нормы, научная доктрина и судебная практика.

Исследованию правовой природы договора дистанционной розничной купли-продажи в юридической науке посвящены работы О.А. Беловой, А.С. Кузьменко. Исследования проблем правовой природы договора купли-продажи, совершаемого дистанционным способом, в рамках регулирования электронной торговлей проводили в своих работах И.В. Костюк, Н.В. Миненкова, Е.Л. Паперно, И.Р. Салиев.

Методологической основой исследования является диалектический метод познания. Широко были применены общенаучные методы: анализ, синтез, сравнение, сопоставление и метод сравнительного правоведения.

В информационную основу исследования включены нормативно-правовые акты в сфере регулирования дистанционной торговли, аналитические материалы официального сайта Росстата.

Работа состоит из введения, основной части, включающей четыре главы, заключения, списка использованных источников.

## **1. ДИСТАНЦИОННАЯ ПРОДАЖА ТОВАРОВ И УСЛУГ КАК ПРАВОВЕ ЯВЛЕНИЕ**

Сегодня цифровые и электронные технологии стали частью повседневной жизни человека. 86 % жителей России хотя бы раз воспользовались услугами дистанционной торговли. При этом объектом Интернет-торговли выступают не только товары и услуги. На долю торговли Интернет-товарами и услугами приходится более 36 % цифровой экономики страны.

Именно электронная торговля позволила поддержать объемы розничной торговли и избежать провала рынка розничной торговли в период пандемии.

Несмотря на то, что дистанционная торговля занимает прочное место на рынке, и ее развитие привлекает внимание как экономистов, так и правоведов, единого понимания дистанционной торговли не сложилось.

В таблице 1 представлены наиболее распространенные трактовки понятия дистанционной торговли.

Таблица 1 - Подходы к определению "Дистанционной торговли"

|  |  |
| --- | --- |
| Авторы | Определение дистанционной торговли |
| В.В. Шелихов и О.О. Громова[[1]](#footnote-1) | Форма внемагазинной торговли, при которой товар направляется покупателю посредством рассылки и доставки по указанному покупателем адресу |
| А.В. Величковский[[2]](#footnote-2) | Реализация товара, исключающая непосредственное ознакомление с товаром и прямой контакт с продавцом |
| Е.В. Авдейчикова[[3]](#footnote-3) | Сфера торговой деятельности, исключающая прямой контакт с продавцом и предусматривающая приобретение товара дистанционным способом |
| Я. Тиме[[4]](#footnote-4) | Форма розничной торговли, при которой товар доставляется домой потребителю |

Исходя из данных определений главным признаком дистанционной торговли является отсутствие возможности полного ознакомления с товаром, испытания его функциональности. Покупатель может только визуально оценить товар или же прослушать его описание.

Правовое регулирование купли-продажи на основе применения дистанционных форм основано на ряде нормативно-правовых актов:

- Гражданский Кодекс РФ;

- Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ст. 26.1);

- Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 N 381-ФЗ;

- Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;

- Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2015 – 2016 годы и период до 2020 года. Утверждена приказом Минпромторга России от 25 декабря 2014 г. N 2733;

- Постановление Правительства Российской Федерации от 31.12.2020 № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации»;

- ГОСТ Р 51304–2009 «Услуги торговли. Общие требования»;

Последний акт предлагает следующую характеристику: в рамках дистанционного способа продажи товаров покупатель знакомится с перечнем возможных к покупке товаров посредством ознакомления с каталогами, буклетами, а также посредством получения оферты с использованием сети «Интернет» и иных средств связи, которые предполагают удаленное нахождение покупателя и продавца. Базовым способом реализации товаров является доставка товара с использованием почтовых и курьерских служб[[5]](#footnote-5).

Часть 1 ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей» выделяет дистанционный способ договора купли-продажи в отдельный: «Договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара) способами». Применительно к дистанционному способу продажи товаров, требования к предоставляемой покупателю при заключении договора информации и ее состав формулируются в статьях 8–11 Закона «О защите прав потребителей», а также в п. 2 ст. 26.1 указанного закона и в Правилах продажи товаров дистанционным способом.

Товар приобретается на основании описания в каталоге, размещенном на сайте или же в печатных изданиях.

Ознакомление с описанием товара по каталогу или другими способами исключает возможность непосредственного ознакомления с товаром или его образцом.

В сфере правового регулирования дистанционной торговли можно выделить ряд проблем, которые затрудняют заключение договора купли продажи:

- проблема идентификации пользователя;

- неопределенность формы заключения договора купли-продажи;

- затруднения в использовании цифровой подписи при заключении сделок с иностранными электронными торговыми площадками.

Сложность идентификации пользователя-покупателя усложняет заключение договора купли-продажи. При этом форма договора дистанционной купли-продажи не совсем ясна, хотя ГК РФ предоставляет право заключать сделки устно, если нет законодательного предписания или соглашения сторон об ином. В продолжение данной нормы закреплено, что в случае договоренности сторон о заключении сделки в определенной форме, договор считается заключенным после придания ему условленной формы, хотя бы законом для договоров данного вида такая форма не требовалась (абз.2 п.1 ст.434 ГК РФ). Устная сделка считается совершенной путем совершения конклюдентных действий, отражающих намерение совершить эту сделку.

В настоящее время существуют определенные недостатки в вопросах заключения и исполнения договора купли-продажи в сети Интернет, что приводит к нарушениям прав и законных интересов граждан. Этот факт подтверждает принятие в 2017 году Роспотребнадзором плана действий на полгода ко Всемирному дню защиты прав потребителя под девизом «Потребительские права в цифровую эпоху», в рамках которого проводились семинары и другие мероприятия для решения насущных проблем с участием граждан и ассоциаций, представителей электронной торговли в России[[6]](#footnote-6). Отсутствует единый закон, решивший бы проблему отсутствия правового регулирования отношений, возникающих в сети Интернет. Такой законопроект еще 03.10.2000 г. был внесен депутатами Л.С. Маевским, А.В. Шубиным, О.А. Финько, В.И. Волковским на рассмотрение в Государственную Думу Российской Федерации. Но он был отклонен в силу его неактуальности на то время и недоработок его содержания.

Считаем, что в настоящее время в России потребность в таком законодательном акте имеется. В современных условиях необходимы разработка и принятие федерального законодательного акта об электронной торговле, так как розничная купля-продажа в сети Интернет начинает вытеснять традиционную розничную куплю-продажу.

В результате исследования дистанционной торговли товарами и услугами как правового явления можно сделать следующие выводы: в сфере регулирования дистанционной торговли существует ряд правовых проблем. Важнейшей из них выступает отсутствие надлежащей регламентации заключения договора купли-продажи при электронных сделках. Общие положения ГК РФ, регулирующие порядок заключения и содержание договора купли-продажи достаточно универсальны, но на современном этапе они стали недостаточны для обеспечения полноценного регулирования особенностей заключения договора купли-продажи в рамках дистанционной торговли. Отсутствие регламентации этого процесса осложняет и заключение договоров купли-продажи при Интернет-торговле, и оспаривание таких договоров в суде.

## **2. ПОНЯТИЕ, ЭЛЕМЕНТЫ И СУЩЕСТВЕННЫЕ УСЛОВИЯ ДОГОВОРА ДИСТАНЦИОННОЙ РОЗНИЧНОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ**

Особенности заключения данного вида договора розничной купли-продажи определены в Гражданском кодексе РФ, Законе Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-I «О защите прав потребителей». В рамках дистанционного способа продажи товаров покупатель знакомится с перечнем возможных к покупке товаров посредством ознакомления с каталогами, буклетами, а также посредством получения оферты с использованием сети «Интернет» и иных средств связи, которые предполагают удаленное нахождение покупателя и продавца. Базовым способом реализации товаров является доставка товара с использованием почтовых и курьерских служб[[7]](#footnote-7).

Компании, использующие дистанционные продажи, должны соблюдать ряд нормативных требований.

Если продажа товаров осуществляется потребителю, то надлежит предоставить определенную основную информацию, а именно, название компании, контактные данные, информацию о продукте, доставке и ценах. Как правило, покупатель имеет право вернуть товар в течение указанного периода. Необходимо также предоставлять контактную информацию о продавце, в особенности местоположение компании для целей направления претензий со стороны потребителя.

Существуют также ограничения на конфиденциальность и защиту данных при прямом маркетинге и на электронный маркетинг для частных лиц[[8]](#footnote-8).

Ч. 1 ст. 261.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» регламентирует, что заключение договора купли-продажи может заключаться посредством ознакомления с каталогами, буклетами и иными предложениями, имеющимися на электронных сервисах.

Современная развитость информационных технологий предоставляет возможность получения значимой информации о совершенной сделке, а именно, дату, время, сумму платежа, номер телефона или данные аккаунта, с которого осуществляется покупка, IP-адрес покупателя. Сложность заключается в том, что достоверность личной информации покупателя, а также продавца сложно определить. Крупные интернет-магазины предусматривают средства, направленные на точную верификацию пользователей, но в большинстве случаев достаточно указания адреса электронной почты или можно просто продолжить покупки без регистрации.

Данное обстоятельство предполагает, что совершить сделку может, к примеру, недееспособное лицо, что нарушает правила гражданского оборота.

Проблематичность вопроса заключается и в том, что ряд сайтов пренебрегают указанием информации о продавце – юридического адреса, ИНН или ОГРН. На практике существуют случаи, когда информация на сайте и в чеке не совпадает.

Таким образом, стоит отметить, что заключение договора купли-продажи с использованием сети Интернет порождает ситуацию незащищенности потребителя либо сложности защиты его прав.

Уточнение законодательства является важным моментом, который позволит создать определенность в правовом регулировании, а также определит ситуацию защищенности потребителя при возникновении споров.

Необходимо остановиться и на правовой характеристике работы маркетплейсов.

Правовое регулирование маркетплейсов получило закрепление с 1 января 2019 года. На законодательном уровне такие сайты носят название «товарный агрегатор».

Данное понятие охватывает следующие элементы:

- ознакомление потребителя с ассортиментом и восприятие потребителем предложения на приобретение товара;

- заключение договора розничной купли-продажи между продавцом и потребителем;

- осуществление оплаты за приобретенный товар либо услугу с использованием безналичной оплаты.

Эти признаки выступают в единстве, при отсутствии какого-либо из них сайт в сети «Интернет» не будет являться агрегатором.

Товарный агрегатор перед размещением предложения о продаже товара должен разместить на сайте следующие данные:

Идентификационные данные – название компании, адрес электронной почты и, если необходима предоплата, почтовый адрес.

Описание и продолжительность – четкое и подробное описание продуктов и услуг. Необходимо также предоставить информацию о минимальной продолжительности контракта.

Действие – какие шаги должен предпринять продавец для завершения продажи, и как покупатель может разместить заказ и произвести оплату.

Цена и оплата – должно быть указание на общую цену (включая налоги), срок ее действия и способ расчета, способы оплаты, варианты доставки и расходы, связанные с этим.

Права на отмену – продавцу необходимо изложить права на отмену и предоставить форму отмены, указать, предоставляется ли замена, если продукт или услуга недоступны, стоимость возврата (если она есть) в случае возврата товара потребителем, сроки возврата и отмены. Если покупателю не сообщили о его праве на отмену, он может отказаться в любое время в течение двенадцати месяцев, но, если продавец проинформирует его о праве на отмену в течение двенадцати месяцев, у них есть четырнадцать дней для отмены договора или заказа с того момента, когда товар был приобретен.

Гарантии – все гарантии, относящиеся к товарам.

Жалобы – адрес, по которому потребитель может связаться с продавцом.

Если у продавца есть телефонная линия для продаж, следует указать стоимость звонка по этому номеру и любые другие используемые каналы связи.

Цифровые материалы – если организация занимается реализацией цифровых материалов, необходимо указание информацию о совместимости и функциональности.

После размещения заказа на дистанционную продажу происходит:

Заключение договора – наиболее эффективно с точки зрения защиты прав потребителей действуют продавцы, которые предоставляют копию договора на бумаге, по электронной почте или в другом формате, чтобы покупатель мог сохранить ее для использования в будущем.

Доставка – товар должен быть доставлен в течение срока, обозначенного продавцом.

Гражданское законодательство связывает заключение договора с согласованием всех его существенных условий. Для договора розничной купли-продажи требуется достижение соглашения по всем существенным условиям договора. Как отмечает О.А. Белова, при дистанционном способе продажи достижение соглашение о предмете состоялось, если были определены наименование, а также количество товара[[9]](#footnote-9). Однако данный исследователь полагает, что отсутствует необходимость достигать соглашения о цене при таком способе.

В теории имеется позиция, согласно которой предлагается в качестве существенного условия определить именно дистанционный способ продажи товара. Такая позиция, в частности, защищается А.С. Кузьменко[[10]](#footnote-10).

Однако данный подход, как мы полагаем, не вполне обоснован, поскольку в любом случае потребители понимают о приобретении товара дистанционным образом.

Таким образом, сложивший минимум условий, который включает предмет и цену товара является обоснованным.

С позиции А.С. Кузьменко предметом договора всегда должны быть товары. Товар является предметом в случае, если он существует в настоящее время или появится в будущем. Договор купли-продажи товаров также может быть заключен в отношении товаров, покупка которых зависит от наличия у продавца непредвиденных обстоятельств, которые могут иметь место, а могут и не наступить[[11]](#footnote-11). Белова О.А. в свою очередь отмечает, что предметом могут быть только такие товары, которые не будут использоваться в предпринимательской деятельности, а предназначены для личного потребления[[12]](#footnote-12).

Законодательство о защите прав потребителей содержит обязательство продавца информировать об условиях возврата товара и о наличии такого права у покупателя. Однако с практической точки зрения данная обязанность сложно поддается контролю со стороны правоприменения. В таком случае, предлагается внести изменения в законодательство о защите прав потребителя, регламентировав обязанность указывать условия возврата и в буклетах, каталогах, чтобы еще до приобретения товара потребитель мог знать, как его можно вернуть.

При покупке товаров в интернет-магазинах теперь действует правило: продавец должен предоставить потребителю подтверждение заключения договора розничной купли-продажи после получения сообщения о заказе того или иного товара. Такое подтверждение должно содержать номер заказа, который позволяет потребителю получить информацию о заключенном договоре розничной купли-продажи и его условиях.

Товар, приобретенный дистанционно и доставляемый на дом, теперь могут передать не только непосредственно заказчику, а любому лицу, предъявившему информацию о номере заказа. Однако договором могут быть предусмотрены более строгие правила (например, при доставке дорогостоящих товаров).

В результате исследования понятия, существенных условий дистанционной розничной купли-продажи, можно сделать следующие выводы: в рамках дистанционного способа продажи товаров покупатель знакомится с перечнем возможных к покупке товаров посредством ознакомления с каталогами, буклетами, а также посредством получения оферты с использованием сети «Интернет» и иных средств связи, которые предполагают удаленное нахождение покупателя и продавца. Базовым способом реализации товаров является доставка товара с использованием почтовых и курьерских служб. В число существенных условий такого договора входит предмет договора, количество и цена.

## **3. ПРАВОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ДИСТАНЦИОННОЙ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ**

Существующие особенности дистанционной торговли требуют особого контроля со стороны государства. Поскольку, например, сделки в Интернете совершаются не в реальном пространстве, отсутствует контакт между продавцом и покупателем.

А.С. Кузьменко рассмотрела следующие обязательные признаки Интернет-сделки:

1) она представляет собой юридический факт.

2) во время совершения такой сделки обе стороны проявляют свою волю (волю продать товар, волю купить данный товар);

3) участники сделки рассчитывают на конкретный результат (т.е. получение товара, прибыли и т.п.);

4) сделка является правомерной в том случае, если предмет торговли не запрещен или не изъят из оборота и т.п.[[13]](#footnote-13)

Таким образом, можно сделать вывод, что сделки, совершаемые в Интернете, по вышеперечисленным признакам ничем не отличаются от сделок вне Интернета, поэтому должны регулироваться теми же нормами.

В Российской Федерации депутаты предпринимали попытку урегулировать данный вопрос и внесли законопроект Федерального Закона № 11081-3 «Об электронной торговле в Российской Федерации», который был отклонен Государственной Думой. Он предусматривал введение новых понятий в оборот, регулирующих сферу электронной торговли. Однако под электронной торговлей понималось «заключение договора с использованием электронных средств»[[14]](#footnote-14).

Если организация занимается дистанционной продажей товаров, то должны соблюдаться определенные правила. Невыполнение требований может привести к ряду различных штрафов, начиная от требования предоставлять продукты / услуги в соответствии с обещаниями, выплаты компенсации или даже тюремного заключения[[15]](#footnote-15).

Рассмотрим характеристики информации, вытекающие из Закона о защите прав потребителей:

− своевременность предполагает предоставление информации до заключения основного договора[[16]](#footnote-16);  
− необходимость означает предоставление такой информации о товаре, которая обеспечивала бы возможность свободного и правильного выбора товара покупателем, исключающего возникновение у последнего какого-либо сомнения относительно потребительских свойств и характеристик товара, правил и условий его эффективного использования[[17]](#footnote-17);

− достоверность как характеристика информации раскрывается в Федеральном законе от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

По мнению Е.Г. Шабловой, «при определении понятия «необходимая информация» следует исходить из презумпции отсутствия специальных познаний у потребителя, специфики потребительских свойств услуги, индивидуальных потребностей, которые потребитель желает удовлетворить с помощью услуги и других обстоятельств. Поэтому если потребителю потребуется иная дополнительная, не предписанная нормативно информация, то нет оснований полагать, что исполнитель имеет право ему отказать в предоставлении такой информации»[[18]](#footnote-18).

Считаем, что понятие «достоверная информация» должно быть закреплено в Законе «О защите прав потребителей»: «Достоверная информация – это полное соответствие содержащихся в ней сведений о товаре (работе, услуге) действительным характеристикам».

Следует также коснуться такой характеристики информации о товаре, как своевременность. Если покупка совершается в традиционном магазине, информация о товаре размещена где-то на сайте компании, покупателю не предоставлена возможность ознакомиться с ней в момент заключения договора, то говорить о надлежащем предоставлении информации нельзя. Ссылки судов при этом на то, что данная информация является общедоступной как размещённая на сайте[[19]](#footnote-19), на наш взгляд, не совсем соответствуют законодательству. Такое предоставление информации нельзя считать своевременным. При покупке в интернет-магазине необходимо, чтобы информация содержалась на странице товара, либо на нее имелась наглядная отсылка. Главное, чтобы продавцы не использовали информационные технологии против своих потребителей, например, приобретая товар, потребитель априори проставляет галочку о том, что ему предоставлена вся информация о товаре.

Аналогичным образом суды трактуют условия договора присоединения, формально подходя к вопросу доказывания факта предоставления информации. Так, суды считают информационную обязанность исполненной на основании, например, следующей формулировки: «Стороны соглашаются, что до заключения договора покупателю предоставлена информация об автомобиле, с которой он ознакомлен, в том числе его стоимости, условиях приобретения автомобиля, комплектации, потребительских свойствах и качестве, правилах гарантийного обслуживания, технических характеристиках и конструктивных особенностях»[[20]](#footnote-20).

Исходя из изложенного, можно сделать вывод, что представление информации о товаре в сети Интернет будет являться надлежащим при соблюдении следующих условий:

А) При покупке в традиционном магазине:

- в магазине имеются устройства для доступа на сайт с удобной навигацией по страницам с описанием товаров, либо информация демонстрируется сотрудником продавца;

Б) При покупке в интернет-магазине:

- информация содержится на странице товара, или с нее имеется ссылка.

Одним из острых вопросов правоприменительной практики до недавнего времени являлся возврат технически сложного товара, приобретенного дистанционным способом. В судебной практике можно было выделить два подхода к рассматриваемой проблеме: с точки зрения первого подхода: покупка не исключает действия правила о невозможности возврата технически сложного товара надлежащего качества (Определение СК по гражданским делам Второго кассационного суда общей юрисдикции от 9 июня 2020 г. по делу № 8Г-9978/2020 по делу № 88-11267/2020[[21]](#footnote-21)), а второй подход гласит, что нормы дистанционного способа продажи, позволяющие отказаться от покупки после получения товара, являются специальными и применяются самостоятельно (Определение Первого кассационного суда общей юрисдикции от 26 ноября 2020 г. по делу № 8Г-24244/2020 по делу № 88-24269/2020[[22]](#footnote-22)).

Постановлением Правительства РФ № 2463 было закреплено право покупателя возвратить технически сложный бытовой товар, приобретенный дистанционным способом, даже если он надлежащего качества. Кроме того, такое право у покупателей появилось в отношении транспортных средств и ювелирных изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, сертифицированных ограненных драгоценных камней.

Такие изменения, в том числе были вызваны мировыми событиями (пандемией). С одной стороны эта была вынужденная мера, которая стала актом послабления для дистанционной торговли в период пандемии, с другой стороны – это мера, направленная на разрешение правовых разногласий.

Важным нововведение стала возможность покупать автомобили дистанционным способом. Покупатель может выбрать на сайте нужную комплектацию автомобиля и получить консультацию менеджера, например, по телефону либо электронной почте. Впоследствии покупателю направляется договор купли-продажи, который стороны могут заключить путем обмена скан-копиями договоров или подписанием электронными подписями.

Безусловно, пандемия выступила катализатором процессов, связанных с изменением потребительского поведения, ростом спроса на онлайн-покупки и, как следствие, востребованности услуг доставки.

Учитывая тот факт, что информация о товаре является основанием для принятия решения покупателем, законодатель установил ряд дополнительных требований, регулирующих порядок предоставления этой информации. Данные требования распространяются как на момент презентации товара на Интернет-ресурсах, так и на момент доставки этого товара.

Особенности правового регулирования также предусмотрены для тех товаров, передача которых должна сопровождаться предоставлением условий использования либо технической эксплуатации. Соответствующая документация передается в момент доставки товара, а потребитель в свою очередь вправе проверить функциональность купленного товара[[23]](#footnote-23).

В отношении тех товаров, для которых установлена обязательная сертификация, при дистанционной продаже указанное правило сохраняется, поскольку предназначение сертификации выражается в обеспечении безопасности жизни и здоровья потребителя.

В результате исследования можно сделать следующие выводы: правовые требования при осуществлении дистанционной торговли товарами, работами и услугами за последнее время претерпели некоторые изменения. Связано это, прежде всего с пандемией и послаблением в законодательстве норм относительно дистанционной торговли. В то же время на практике многие вопросы остались неразрешенными.

## **4. ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН ПО ДОГОВОРУ ДИСТАНЦИОННОЙ РОЗНИЧНОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ**

К ответственности по исследуемому договору могут быть привлечены как продавец, так и покупатель. Участники правоотношений в сфере дистанционной торговли в зависимости от степени общественной опасности правонарушения могут привлекаться к уголовной, административной и гражданско-правовой ответственности.

Ответственность может наступать при совершении со стороны покупателя следующих правонарушений:

- Подмена товара на контрафактный при его возврате;

- Замена деталей технических товаров при возврате;

- Возврат вещей, бывших в употреблении;

- «Неполучение» товара. Приводя в оправдание некачественную службу доставки, недобросовестные покупатели могут обращаться с претензией в интернет-магазин. Продавец вынужден вернуть денежные средства за покупку, если факт получения клиентом товара не будет доказан.

В данном случае недобросовестному покупателю может грозить как гражданско-правовая ответственность, так и уголовная. Гражданско-правовая ответственность может быть выражена в возмещении причиненного ущерба.

На сегодняшний день сложилась неоднозначная судебная практика, связанная с рассмотрением спорных правовых случаев, касающихся ситуации, когда потребитель выражает желание отказаться от товара, покупка которого была произведена дистанционным способом. Наиболее распространенной является судебная практика, согласно которой, если товар входит в Перечень, то ссылка потребителя на то, что товар не подходит ему в связи с несовпадением ожиданий по габаритам, фасону и другим подобным характеристикам не является обоснованной и не может быть положена в правильность отказа от товара.

Имеются расхождения в судебной практике относительно данного вопроса между судами первой и апелляционной инстанции, поэтому такие судебные акты подлежат отмене, несмотря на наличие ряда исключений.

Целесообразно в качестве исключения из практики рассмотреть Апелляционное определение Красноярского краевого суда от 09.04.2018 г. по делу № 334301/2018. Тогда суд в своем решении обозначил, что ст. 26.1 Закона РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» устанавливает гарантию соблюдения прав потребителей при дистанционной торговле, в частности, право на отказ от товара без объяснения причин в любое время до получения товара, а также в течение семи дней после его получения. При этом статья прямо не содержит каких-либо запретов на возврат технически сложных товаров, приобретенных дистанционным способом, и, кроме того, не содержит «каких-либо отсылок в Перечне технически сложных товаров либо Перечне товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену»[[24]](#footnote-24).

Для рассматриваемой дистанционной купли-продажи представляется более обоснованной вторая позиция правоприменительной практики. Поскольку ввиду удаленности продавца с товаром от самого покупателя у последнего не всегда может сложиться правильное представление о вещи, а именно ее габаритах, особенностях формы и других характеристиках.

В случае несоблюдения требований действующего законодательства о защите прав потребителей важно принимать во внимание и анализировать конкретные нормы о розничной купле-продажи, совершаемой дистанционным способом.

Существуют определенные особенности регулирования защиты прав потребителей как самим законом от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей», так и специфичность применения именно гражданско- правовых норм.

Так, в ГК РФ указано, что покупателем могут быть использованы те способы защиты, которые отображены в самом законе либо в соглашении сторон. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» предлагает перечень мер воздействия более ограниченный. Одним из способов защиты прав потребителей по нему можно выделить неустойку, чей размер, согласно ст. 23 закона РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей», устанавливается не соглашением сторон, а законодательством. Сам «потолок» неустойки не ограничен, но если, например, продавцом не был нарушен срок передачи товара покупателю, то ее размер не может быть выше оплаченной стоимости товара. В плане ответственности можно говорить о своеобразном взаимодействии гражданских норм с положениями закона от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей».

Среди нарушений продавцов можно выделить следующие:

- продают контрафактные товары. В судебной практике возник вопрос, должен ли продавец вернуть деньги, если товар оказался контрафактным. Как было отмечено в определении ВС РФ, продавец, передавший покупателю такой товар, обязан возместить его стоимость.

- не исполняют своих обязательств, хотя оплата по договору была совершена.

На практике встречается ситуация, когда продавцы в рамках дистанционной продажи не отвечают на претензии, направляемые потребителям, равно на как по указанному на сайте адресу не получают судебных извещений. В ходе рассмотрения дела устанавливается обстоятельство, что по данному адресу магазин в его материальном виде отсутствует, соответственно контактная информация недостоверна.

При наличии указанной ситуации судебная практика встает на сторону потребителя, поскольку в действиях продавца усматривается недобросовестность и обман потребителя, что может повлечь в том числе уголовно-правовые последствия.

В качестве примера можно привести Решение Петропавловск-Камчатского городского суда Камчатского края от 9 сентября 2019 года по делу № 2-2931/2019, по данному делу Никитина Л.С. обратился с иском к OOO «БэбиДжойЛенд» с требованием o взыскании денежных средств за не поставленный товар, материального ущерба, неустойки, компенсации морального вреда.[[25]](#footnote-25)

Учитывая негативный опыт при покупке товара дистанционным способом, покупатели боятся делать покупки дистанционно, особенно на том основании, что чаще всего юридически значимым документом у лица является лишь квитанция, подтверждающая перевод денежных средств. Постановлением Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 г. №17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам o защите прав потребителей» дана характеристика о том, что факт совершения покупки и проведение оплаты по ней может подтверждаться выпиской по банковскому счету, в которой должны быть отражены все необходимые реквизиты.[[26]](#footnote-26)

Считаем, что торгующие профили (аккаунты) в социальных сетях должны подвергаться более тщательным проверкам со стороны контролирующих органов, чем розничные магазины, деятельность которых не связана с дистанционной продажей товаров.

Игнорируя обращение потребителя, продавцы предполагают, что дальнейших действий от обратившегося не последует ввиду присущего многим гражданам страха, в связи с незнанием гражданско-процессуальных особенностей, нежеланием тратить время и денежные средства, а также из-за отсутствия нужного уровня юридической грамотности. Отказ продавца в рассмотрении претензии потребителя может повлечь для него ряд неблагоприятных последствий: от ухудшения репутации до штрафных санкций, применяемых в судебном порядке. Предлагает возложить обязанность по проверке Интернет-торговли на специальные электронные площадки, которые бы гарантировали добросовестность продавца.

Также бывают ситуации неправильного оформления продавцом заказа на товар, игнорирования вопросов покупателей, отказа произвести обмен или возврат товара. В качестве примера того, как онлайн - магазины не всегда идут на встречу своим покупателям в плане возврата товара, можно привести Решение суда Октябрьского района г. Самары от 11.06.2013 г. по делу 2-3108/2013 ~ М-2305/2013[[27]](#footnote-27). Согласно материалам судебного разбирательства, истец, ознакомившись с публичной офертой о продаже мобильного телефона, сделал заказ на сайте у компании ответчика. По итогу ему был доставлен товар, несоответствующий заказываемому им цвету, кроме того, никакой информации о возврате ему также не было предоставлено. Истец написал заявление о возврате товара, однако ответчик незаконно отказал ему в удовлетворении данного заявления и не вернул деньги. Мотивировку своего отказа ответчик уже позднее изложил в суде, а именно, что он хотел известить о своем конечном решении через 10 дней. В итоге дело было решено в пользу истца, и ему были выплачены денежные средства за телефон.[[28]](#footnote-28)

Среди наиболее встречающихся в судебной практике нарушений прав потребителя можно выделить также следующие: доставка товара, отличающегося от заказанного, задержка доставки товара или непредоставление товара совсем, непредоставление необходимой информации о потребительских свойствах товара, поставка некачественного товара и увеличение цены товара при подтверждении заказа.

После проведенного исследования не остается сомнений, что необходимо на законодательном уровне внести изменения в области дистанционной купли-продажи, которая впоследствии должна стать более ориентированной на потребителей (клиентоориентированной), а потребители при внесении всех должных дополнений должны ощутить гарантированную защиту своих прав при их реализации. Видим целесообразным предложить принятие отдельной нормы, которая бы устанавливала, что информация о товаре должна быть выражена четко и в доступной форме, без намеренного введения потребителя в заблуждение о наиболее существенных характеристиках и свойствах товара. Предлагается также установить фиксированные ограничения в сроке исполнения обязанности доставки товара, приобретенного дистанционным способом, потребителю, а именно 30 дней, если иной срок не будет установлен в самом договоре.

Помимо этого, представляется необходимым освободить потребителя от обязанности оплачивать возврат товара, который не был им заказан, а также товара ненадлежащего качества. Введение в законодательство подобных положений позволит потребителю в более полной мере оценивать качество товара и наиболее оптимально и быстро произвести его возврат, если на это будут иметься причины. Что касается порядка возврата товара надлежащего качества, то, как показала раннее представленная судебная практика, не всегда подобное право потребителя учитывается судами, независимо от того, что оно обозначено в Перечне. Именно на этом основании необходимо дополнить положения ст. 26.1 Закона РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» ссылкой на Перечень.

В результате исследования ответственности сторон по договору дистанционной розничной купли-продажи, были сделаны следующие выводы: как покупатель, так и продавец могут нести ответственность по договору.

Сложно выявить сторону договора, которая может находиться в более невыгодном положении, чем другая. Поскольку, когда потребители нарушают условия договора, покупатели прикрываются положениями закона РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей», а продавцы, игнорируя обращение потребителя, предполагают, что дальнейших действий от обратившегося не последует, ввиду присущего многим гражданам страха, в связи с незнанием гражданско-процессуальных особенностей, нежеланием траты времени и денежных средств, а также отсутствием должного уровня юридической грамотности.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В результате исследования дистанционной торговли товарами и услугами как правового явления, можно сделать следующие выводы: в сфере регулирования дистанционной торговли существует ряд правовых проблем. С одной стороны, общие положения ГК РФ, регулирующие порядок заключения и содержание договора купли-продажи достаточно универсальны, с другой стороны, на современном этапе уже недостаточно для обеспечения всестороннего и полного регулирования особенностей заключения договора купли-продажи в рамках дистанционной торговли. Отсутствие четкой и полной регламентации порядка заключения и содержания договора купли-продажи при дистанционной торговле повышает число спорных вопросов.

В результате исследования понятия, элементов и существенных условий договора дистанционной розничной купли-продажи можно сделать несколько выводов. В рамках дистанционного способа продажи товаров покупатель знакомится с перечнем возможных к покупке товаров посредством ознакомления с каталогами, буклетами, посредством получения оферты с использованием сети «Интернет» и других средств связи, предполагающих удаленное нахождение покупателя и продавца. В число существенных условий такого договора входит предмет договора, количество и цена.

В результате проведенного анализа правовых требований при осуществлении дистанционной продажи можно сделать следующие выводы: правовые требования при осуществлении дистанционной торговли товарами, работами и услугами за последнее время претерпели изменения, что связано прежде всего с пандемией и послаблением в законодательстве норм относительно дистанционной торговли. В то же время, на практике многие вопросы остались неразрешенными.

В результате исследования гражданско-правовой ответственности сторон по исследуемому договору, была выявлена в целом специфика ответственности, а также следующее: как покупатель, так и продавец могут нести ответственность по договору. Нельзя точно говорить о невыгодности положения лишь покупателя. Нарушая условия договора, покупатели основываются условиями закона РФ от 07.02.1992 N2300-1 «О защите прав потребителей», а продавцы предполагают дальнейшее бездействие покупателя, игнорируют обращения, что связано с незнанием большинства покупателей гражданско-процессуальных особенностей, нежеланием затрачивать на споры с недобросовестным продавцом время и деньги, и конечно же, с отсутствием необходимого уровня юридических знаний.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, можно прийти к следующему заключению – необходимо усовершенствование гражданского законодательства Российской Федерации в сфере регулирования отношений в области дистанционной торговли, поскольку существуют проблемы правового регулирования, которые непосредственно связаны с договором купли-продажи, и возникают у сторон этого договора.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ**

**Правовые источники**

1. Конвенция Организации Объединенных Наций о договорах международной купли-продажи товаров (Заключена в г. Вене 11.04.1980). // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт].
2. Директива Европейского парламента и Совета Европейского Союза 200/31/ЕС от 8 июня 200 г. о некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции (Директива об электронной коммерции) // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт].
3. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 01.07.2020 N 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ, 01.07.2020, N 31, ст. 4398.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 29.12.2020) (с изм. и доп. от 26.10.2021) // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт].
5. Федеральный закон от 06.04.2011 № 63-ФЗ «Об электронной подписи» (ред. от 02.07.2021) // Российская газета. – 2011. – № 75.
6. Федеральный закон от 28.12.2009 № 381 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (ред. от 01.04.2022) // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт].
7. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 11.06.2021) // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт].
8. Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы» // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт].
9. Постановление Правительства Российской Федерации от 31.12.2020 № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 2021, N 3, ст. 593.
10. Паспорт проекта Федерального закона № 11081-3 «Об электронной торговле» (внесен депутатами Государственно Думы ФС РФ Л.С. Маевским, А.В. Шубиным, О.А. Финько, В.И. Волковским) // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт].

**Научная, специальная и учебная литература**

1. Договорное и обязательственное право (общая часть): постатейный комментарий к статьям 307-453 Гражданского кодекса Российской Федерации / отв. ред. А.Г. Карапетов. – М.: Статут, – 2018. – 1120 с.
2. Постатейный комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации, части второй: в 3 т. (том 1) / Под ред. П.В. Крашенинникова. – М.: Статут, 2017. – 544 с.
3. Авдейчикова Елена Викторовна. Анализ понятия «удаленная торговля» и ее особенности / Е.В. Авдейчикова // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2013. – № 1 (17). – С. 104—109.
4. Белова, О.А. Правовая характеристика существенных условий договора дистанционной купли-продажи, определяющих его место в системе договоров купли-продажи / О.А. Белова //Вопросы частноправового регулирования. – 2017. – № 1 (26).-С. 110-115.
5. Васин, В.Н. Договор купли-продажи: логико-правовой анализ аномалий / В.Н. Васин // Российский судья. – 2015. – № 4. – С. 27-30.
6. Грабилин, М.Е. Совершенствование правового регулирования механизмов заключения договоров в сети «Интернет». Заключение договоров в сети интернет / М.Е. Грабилин // Пробелы в российском законодательстве. –2017. –No5. – С. 32-34.
7. Гумерова, Г.Р. Электронная торговля в России: перспективы и проблемы / Г.Р. Гумерова // Инновационно-технологическое развитие науки. – 2017. – № 7. – С. 63-67.
8. Елин, В. М. Правовые аспекты торговли в сети «Интернет» /В. М. Елин, А. К. Жарова // Право и государство: теория и практика. – 2019. – № 10 (94). – С. 139-151.
9. Жарова, А. К. Особенности осуществления розничной купли- продажи по сети Интернет / А.К. Жарова // Государство и право. – 2012. –№ 8. – С. 109-113.
10. 3ак, А.Ю. Нарушения прав потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной продажи в Интернете и способы их преодоления / А.Ю. Зак // Современное право. – 2018. – № 8. – С 78-83.
11. Кузьменко, А. С. Договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли: автореф. дис. ... канд. юрид. наук / А. С. Кузьменко. – М., 2010. – 28 с.
12. Майборода, Т.Ю. Договор купли-продажи и его отдельные виды : учебное пособие / Т. Ю. Майборода, Е. А. Алексеева, Н. Г. Храмцова ; Министерство науки и высшего образования Россйской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Курганский государственный университет». – Курган: Курганский государственный университет. Ч. 2. – 2019. – 93 с.
13. Рюмин, А.Р. Правовое регулирование договора розничной купли-продажи в сети Интернет / А. Р. Рюмин, С.С. Дахненко // Современное предпринимательство как зеркало реформ Российского законодательства. Вестник юридического факультета Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. – М., 2016. – 296 с.
14. Савельев, А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование / А.И. Савельева. – М.: Статут. – 2018. – 543 с.
15. Тимошенко, О.В.. dick-wrap и browse-wrap соглашения: новый уровень эволюции договорного права в сети Интернет / Право в сфере Интернета: сборник статей / О.В. Тимошенко. – М., 2018. – 655 с.
16. Фролов, И.В. Правовое регулирование дистанционной торговли товарами и услугами в Российской Федерации: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. юрид. наук: / И.В. Фролов. – М., 2018. – 30 с.
17. Шаблова, Е.Г. Право потребителя на получение информации об услугах / Е.Г. Шаблова // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2018. – № 5. – С. 22.

**Судебная практика**

1. Определение СК по гражданским делам Второго кассационного суда общей юрисдикции от 9 июня 2020 г. по делу № 8Г-9978/2020 по делу № 88-11267/2020// КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт].
2. Определение Первого кассационного суда общей юрисдикции от 26 ноября 2020 г. по делу № 8Г-24244/2020 по делу № 88-24269/2020 // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт].
3. Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 11.03.2016 № Ф09-656/16 по делу № А76-4314/2015 о признании недействительным предписания уполномоченного органа // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт].
4. Определение Верховного Суда РФ от 20.06.2017 по делу № 6-КГ17-2 о признании частично недействительным кредитного договора, взыскании убытков, процентов, неустойки, компенсации морального вреда, обязании взысканные денежные средства зачислить в счет уплаты долга // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт].
5. Определение Верховного Суда РФ от 25.01.2022 № 49-КГ21-34-К6 о правовых последствиях нарушения продавцом, осуществляющим продажу товаров дистанционным способом, срока возврата стоимости товара надлежащего качества, от которого покупатель отказался. // ГАРАНТ: справочно-правовая система [Офиц. сайт].
6. Апелляционное определение Московского городского суда от 20.09.2017 по делу № 33-37829/2017 о расторжении договора купли-продажи, взыскании неустойки, компенсации морального вреда // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт].
7. Апелляционное определение Московского городского суда от 24.03.2015 по делу № 33-9400 о взыскании соразмерного уменьшения покупной цены, неустойки за нарушение прав потребителя. // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт].

1. Шелихов, Владимир Васильевич Дистанционная торговля в России: история, развитие, статистика [Текст] / В. В. Шелихов, О. О. Громова. - Москва : Амалданик, 2011. – 109 с [↑](#footnote-ref-1)
2. Величковский А.В. Возврат товаров по договору розничной купли-продажи // Гражданское право. 2011. №1. С.103. [↑](#footnote-ref-2)
3. Авдейчикова Елена Викторовна. Анализ понятия «удаленная торговля» и ее особенности // Сибирский торгово-экономический журнал. 2013. № 1(17). С. 104. [↑](#footnote-ref-3)
4. Тиме, Ян. Дистанционная торговля [Текст]. - Москва : Вершина, 2006. - 376 с [↑](#footnote-ref-4)
5. Пимаева, О. А. Гражданско-правовое регулирование отношений в сфере дистанционной торговли / О. А. Пимаева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 46 (180). — С. 237-239. — URL: https://moluch.ru/archive/180/46582/ (дата обращения: 20.03.2022). [↑](#footnote-ref-5)
6. План действий Федеральной службу по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека на период до 2024 года // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. [↑](#footnote-ref-6)
7. Высоцкая, Елена Ивановна. Товар как объект гражданских прав : автореферат дис. ... кандидата юридических наук : 12.00.03. - Нижний Новгород, 2013. - 28 с. [↑](#footnote-ref-7)
8. Постановление Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. №2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 2021. № 3. Ст. 593. [↑](#footnote-ref-8)
9. Белова, Олеся Александровна. Договор дистанционной розничной купли-продажи [Текст] : монография. - Волгоград : Изд-во Волгоградского ин-та экономики, социологии и права, 2011. - 169 с. [↑](#footnote-ref-9)
10. Кузьменко, Андрей Сергеевич. Договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли : автореферат дис. ... кандидата юридических наук : 12.00.03. - Москва, 2010. - 25 с. [↑](#footnote-ref-10)
11. Кузьменко, Андрей Сергеевич. Договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли : автореферат дис. ... кандидата юридических наук : 12.00.03. - Москва, 2010. - 25 с. [↑](#footnote-ref-11)
12. Белова, Олеся Александровна. Договор дистанционной розничной купли-продажи [Текст] : монография. - Волгоград : Изд-во Волгоградского ин-та экономики, социологии и права, 2011. - 169 с. [↑](#footnote-ref-12)
13. Кузьменко, Андрей Сергеевич. Договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли : автореферат дис. ... кандидата юридических наук : 12.00.03. - Москва, 2010. - 25 с. [↑](#footnote-ref-13)
14. Паспорт проекта Федерального закона № 11081-3 «Об электронной торговле» (внесен депутатами Государственной Думы ФС РФ Л.С. Маевским, А.В. Шубиным, О.А. Финько, В.И. Волковским) // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. [↑](#footnote-ref-14)
15. Паспорт проекта Федерального закона № 11081-3 «Об электронной торговле» (внесен депутатами Государственной Думы ФС РФ Л.С. Маевским, А.В. Шубиным, О.А. Финько, В.И. Волковским) // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. [↑](#footnote-ref-15)
16. Обзор судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 4 (2016), утвержденного Президиумом Верховного Суда РФ 20.12.2016 // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. [↑](#footnote-ref-16)
17. Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 11.03.2016 № Ф09-656/16 по делу № А76- 4314/2015; Определение Верховного Суда РФ от 20.06.2017 № 6-КГ17-2 // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. [↑](#footnote-ref-17)
18. Шаблова Елена Геннадьевна. Право потребителя на получение информации об услугах // Законы России: опыт, анализ, практика. 2010. № 5. С. 22. [↑](#footnote-ref-18)
19. Апелляционное определение Московского городского суда от 20.09.2017 по делу № 33-37829/2017 // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. [↑](#footnote-ref-19)
20. Апелляционное определение Московского городского суда от 24.03.2015 по делу № 33-9400 // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. [↑](#footnote-ref-20)
21. Определение СК по гражданским делам Второго кассационного суда общей юрисдикции от 9 июня 2020 г. по делу № 8Г-9978/2020 по делу № 88-11267/2020 // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. [↑](#footnote-ref-21)
22. Определение Первого кассационного суда общей юрисдикции от 26 ноября 2020 г. по делу № 8Г-24244/2020 по делу № 88-24269/2020 // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. [↑](#footnote-ref-22)
23. Апелляционное определение Московского городского суда от 18.12.2013 по делу № 11-40014 // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. [↑](#footnote-ref-23)
24. Аблятипова Наталья Айдеровна, Кравцова Анастасия Алексеевна. Обмен и возврат товаров надлежащего качества, приобретенных дистанционным способом: правоприменение и воля законодателя // Legal Concept = Правовая парадигма. - 2019. - Т. 18, №№ 1. - С. 123-130. [↑](#footnote-ref-24)
25. Решение Петропавловск-Камчатского городского суда Камчатского края от 9 сентября 2019 года по делу № 2-2931/2019 [Электронный ресурс]. URL: https://www///sudact/ru/regular/doc/n09FDfVC7goR/ [↑](#footnote-ref-25)
26. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» // Российская газета. 2012. № 156. [↑](#footnote-ref-26)
27. Решение суда Октябрьского района г. Самары от 11.06.2013 г. по делу 2-3108/2013 ~ М-2305/2013 // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. [↑](#footnote-ref-27)
28. Красуля Екатерина Владимировна. Правовой статус интернет-магазина // Наука и современность. 2017. № 2 (12). С. 71-82. [↑](#footnote-ref-28)