

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт права

(наименование института полностью)

Кафедра «Предпринимательское и трудовое право»

(наименование)

40.04.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки)

Правовое обеспечение предпринимательской деятельности

(направленность (профиль))

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

на тему Правовое регулирование дистанционной торговли товарами
и услугами в Российской Федерации

Обучающийся

К.А. Отюбрин

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Научный

руководитель

кандидат юридических наук, доцент Е.В. Чуклова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2023

Оглавление

Введение	3
Глава 1 Правовая характеристика дистанционной торговли товарами и услугами на территории Российской Федерации	10
1.1 Особенности дистанционной торговли в условиях становления «новой» экономической среды	10
1.2 Правовое обеспечение и особенности дистанционной торговли товарами и услугами в соответствии с российским законодательством	19
Глава 2 Особенности заключения, изменения и расторжения договора дистанционной торговли товарами и услугами в соответствии с законодательством Российской Федерации.....	33
2.1 Особенности заключения и содержание договора дистанционной торговли товарами и услугами	33
2.2 Особенности изменения и расторжения договора дистанционной торговли товарами и услугами	50
2.3 Обеспечение исполнения обязательств при реализации дистанционной торговли товарами и услугами.....	57
Глава 3 Электронный документ и обеспечение безопасности персональных данных при реализации дистанционной торговли товарами и услугами в Российской Федерации	64
3.1 Правовое обеспечение электронного документа при реализации дистанционной торговли товарами и услугами.....	64
3.2 Вопросы правовой защиты персональных данных при реализации дистанционной торговли товарами и услугами.....	69
Заключение	78
Список используемой литературы и используемых источников	82

Введение

Актуальность темы исследования обуславливается нарастающими объективными и экономическими сложностями, возникающими при реализации торговли в ее «традиционном» виде на торговых площадях, в магазинах и павильонах. В марте 2020 года ввиду общемирового локдауна из-за новой ковидной инфекции и вынужденной длительной самоизоляции граждан по этому поводу конкретно в нашей стране, а равно как и в иных других странах, была приостановлена возможность реализации сделок купли-продажи товаров и услуг в режиме «офф-лайн». Этот факт вынудил практически все магазины, кафе и сферу услуг перейти на торговлю своими товарами через сеть Интернет, то есть дистанционно. Это в свою очередь активировало деятельность огромного количества мошенников, которые захотели также получить прибыль на своей недобросовестной работе. Возросло многократно количество и виды мошенничества в сети Интернет, количество и разнообразие совершаемых мошеннических действий при покупке дистанционно. Актуальность выбранной темы магистерской диссертации диктуется объективной необходимостью проведения исследования правовой защищенности покупателей, которые пользуются услугами дистанционной торговли, выявления проблемных вопросов и предложения путей по их нейтрализации.

Степень разработанности темы исследования представляет собой неоднородные по содержанию данные, ввиду того что, с одной стороны, дистанционная купля-продажа не является новеллой для российского рынка, предпринимательства и самого потребителя. Вопросы правового регулирования дистанционной торговли начинают быть дискуссионными и востребованными с начала двухтысячных годов. С другой стороны, ввиду не столь массовой востребованности, на протяжении последних двадцати лет постепенного внедрения дистанционной купли-продажи на территории Российской Федерации, вопросы правового регулирования остаются

нерешенными, что явно проявило себя в момент пика востребованности дистанционной торговли, который был в период локдауна, причем не только на территории России, данный факт коснулся и целого мира, в принципе. Поэтому в настоящее время обнажились острые углы и правовые бреши в вопросах правовой регламентации дистанционной торговли, которые требуют их разрешения.

Объект исследования представляет собой правовые отношения, которые возникают по поводу заключения, исполнения, изменения, расторжения договоров, заключаемых дистанционно, и иные правовые вопросы, связанные с дистанционной торговлей в Российской Федерации.

Предмет исследования: правовая регламентация вопросов дистанционной торговли, а именно – нормы действующего российского законодательства, которые регулируют правовые отношения, возникающие при дистанционной торговле, а также вопросы правовой защищенности при нарушении прав граждан в этой среде.

Гипотеза исследования. в связи с повсеместным развитием цифровизации общества, отношения в области предпринимательской деятельности стали перемещаться в цифровую среду, представленную огромным количеством интернет-магазинов. В связи с этим назрела насущная необходимость утверждения самостоятельного комплексного закона «Об электронной торговле», потому как действующие положения в сфере дистанционной торговли используются по аналогии с традиционной «офф-лайн» торговлей, что приводит к многочисленным спорам между партнерами договорных отношений, недопониманию и коллизиям в праве. В системе правового регулирования таких отношений существует множество пробелов, а также несогласованность отдельных нормативных актов между собой. Таким образом, на современном этапе существует острая необходимость переработки указанного законодательства, внедрения четкой и единой терминологии. Усовершенствование законодательства о защите прав потребителей должно происходить с учетом особенностей таких

правоотношений и с учетом современных тенденций развития информационных технологий.

Так, в настоящее время законодательно не закреплён порядок возврата денег и товара продавцом и покупателем при расторжении договора купли-продажи, но урегулирован срок такого возврата - не позднее, чем через 10 дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования. На практике это создаёт определенные трудности. Представляется, что возврат должен осуществляться тем же способом, что и внесение оплаты. Так как покупки могут оплачиваться с банковского счета, то возврат денежных средств занимает определенное время, которое в отдельных случаях может превышать 10 дней. Но обязанность продавца по возврату денежных средств будет исполнена ранее, чем они поступят на счет покупателя. Кроме этого, в системе правового регулирования таких отношений существует множество пробелов, а также несогласованность отдельных нормативных актов между собой.

Таким образом, на современном этапе существует острая необходимость переработки указанного законодательства, внедрения четкой и единой терминологии. Усовершенствование законодательства о защите прав потребителей должно происходить с учетом особенностей таких правоотношений и с учетом современных тенденций развития информационных технологий

Цель исследования заключается в формировании целостного представления о правовом регулировании дистанционной торговли.

Задачи исследования обусловлены намеченным планом хода диссертационного исследования:

- рассмотреть особенности дистанционной торговли в условиях становления «новой» экономической среды;
- сформировать понятия о правовом обеспечении и особенности дистанционной торговли товарами и услугами в соответствии с российским законодательством;

- рассмотреть особенности заключения и содержание договора дистанционной торговли товарами и услугами;
- проанализировать особенности изменения и расторжения договора дистанционной торговли товарами и услугами;
- рассмотреть правовые способы обеспечения исполнения обязательств при реализации дистанционной торговли товарами и услугами;
- исследовать правовое обеспечение электронного документа при реализации дистанционной торговли товарами и услугами;
- рассмотреть вопросы правовой защиты персональных данных при реализации дистанционной торговли товарами и услугами.

Методологическая основа исследования представлена совокупностью общенаучных и частно-научных методов познания, прежде всего посредством методов анализа, синтеза, обобщения, системного метода, сравнительно-правового и формально-юридического методов.

Нормативно-правовая основа исследования представлена комплексом нормативно-правовых актов, с различной юридической силой: Конституцией РФ [23], Гражданским кодексом РФ [11] [12], Федеральным законом №38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» [49], Закон РФ от 07.09.1992 «О защите прав потребителей» [16], Федеральным законом от 27.07.2006 «О персональных данных» [53], федеральным законом от 26.12.2008 №294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» [51], ФЗ от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» [52], законодательства в области закупок [48] и многих других.

Теоретическая основа исследования представлена разнообразной литературой, периодического и общего характера, в которой рассматривается вопрос о правовом обеспечении дистанционной торговли в соответствии с законодательством российской Федерации. Были проанализированы

кандидатские диссертации по экономическим и юридическим наукам таких авторов, как Р.Р. Дыганова [16], И.В. Салиховой [46], И.В. Фролова [55], а также материалы специальной литературы по вопросам гражданского и предпринимательского права при реализации дистанционной торговли: Л.А. Айсамовай [1], М.Н. Барабчковой [2], Н.В. Корниловой [12], О.А. Беловой [4], Е.А. Гунаевым [14], Н.В. Цуглаевой [14], В.А. Кондратьевым [21], А.М. Марчук [26], А.В. Першиной [30], И.В. Цыгановым [55], Т.С. Шодрынге [56].

Научная новизна исследования заключается в обобщении правовой информации и представлении комплексного видения по вопросу дистанционной продажи в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также изучение и разрешение некоторых правовых проблем в вопросах правоприменительной практики.

Научная новизна также выражается в следующих положениях на защиту:

Во-первых, Россия не уступает мировому сообществу на пути создания нового экономического сектора с преимущественными акцентами на инновационные продукты, модернизацию предприятий и обеспечение информатизации и цифровизации всего общества. Одним из результатов цифровизации общества стало перемещение предпринимательской деятельности в цифровую среду, представленную в основном огромным количеством интернет-магазинов. Прогрессирующие общественные отношения заставляют соответствовать новым тенденциям и применять нововведения в соответствии не только с новой экономической средой, но и объективными факторами, такими как самоизоляция и повсеместно распространение дистанционной формы продажи товаров, что в свою очередь также требует корректировки существующего законодательства в области обеспечения правовой торговли данным способом, а также внесение новых понятий и терминов в легитимный оборот законодательства.

Во-вторых, в рамках построения «новой экономики» предпочтение отдается цифровым документам и соответствующей средой делового

общения и получения информации посредством электронного документооборота. Для реализации обеспечения данного проекта были приняты соответствующие государственные акты, в частности Постановление Правительства № 313, которые призвали обеспечить граждан повсеместно возможностью использовать сеть Интернет в своей жизнедеятельности.

Во-третьих, сегодняшняя дистанционная торговля представлена разноплановыми правовыми актами различных уровней, что в совокупности позволяет создать целостную картину о формах продаж и видах ее дистанционной реализации. Дистанционный способ продаж регулируется в первую очередь положениями статьей 432 и 433 ГК РФ [12], Правилами продажи товаров дистанционным способом (п. 20) и соответствующим ГОСТ, законом о защите прав потребителей и иными правовыми актами, имеющими «вспомогательный и ситуационный характер».

В-четвертых, договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар. Договор между продавцом и покупателем следует считать консенсуальным видом договора, потому как покупатель соглашается с условиями продажи продавца и принимает их, заключая тем самым договор купли-продажи, или не заключая его [6]. Условия договора, ущемляющие права потребителя по сравнению с правилами, установленными Законом РФ «О защите прав потребителей» [16] признаются недействительными. При дистанционной торговле продавец должен иметь кассовый аппарат. Распечатанный список заказанных позиций без синей печати нельзя воспринимать в качестве платежной ведомости. К любой покупке дистанционным способом должен быть приложен чек, возможно пересылка чека электронным способом по желанию покупателя.

В-пятых, в законе не закреплен порядок возврата денег и товара

продавцом и покупателем при расторжении договора купли-продажи, но урегулирован срок такого возврата – не позднее, чем через 10 дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования. На практике это создаёт определенные трудности. Представляется, что возврат должен осуществляться тем же способом, что и внесение оплаты. Так как покупки могут оплачиваться с банковского счета, то возврат денежных средств занимает определенное время, которое в отдельных случаях может превышать 10 дней. Но обязанность продавца по возврату денежных средств будет исполнена ранее, чем они поступят на счет покупателя.

Теоретическая значимость проведенного исследования заключается в том, что данное исследование представляет собой обобщение информации, касающейся вопроса дистанционной торговли, и объединяет большое количество теоретической информации, а также имеет в своем содержании большое количество разнообразных правовых актов, которые позволят исследовать данную тему на более глубоком и всестороннем уровне. Проведенное исследование вопроса правового обеспечения дистанционной продажи будет иметь не только теоретическое, но и практическое значение.

Практическая значимость данного исследования заключается в том, что в работе выявляются и анализируются некоторые наиболее значимые вопросы правоприменения в сфере дистанционной продажи товаров и услуг. Более того, в работе предлагаются конкретные решения проанализированных проблем, а также приводятся материалы судебной практики, чтобы произвести анализ выявленной проблемы с точки зрения правового ее обеспечения.

Структура работы отвечает задачам и целям исследования, и включает в себя введение, основную часть, заключение и список используемой литературы и используемых источников.

Глава 1 Правовая характеристика дистанционной торговли товарами и услугами на территории Российской Федерации

1.1 Особенности дистанционной торговли в условиях становления «новой» экономической среды

Действующие и нарастающие санкции в отношении России привнесли не только отрицательные, но и положительные моменты в российскую экономику. Так, по словам А.А. Шевченко, главы Комитета РФ по федеративному устройству, региональной политике, местному самоуправлению и делам Севера, «жесткие санкции сформировали в России новую экономическую среду» [58]. Данный «принудительный» феномен позволил совершить значительную эскалацию в экономическом секторе России по различным сферам ее направления. Например, существенно возросло количество отечественных товаров в рамках реализуемой программы импортозамещения в соответствии с Постановлением Правительства №328 от 15.04.2014г [34] и своевременно были внедрены меры, которые привели к устойчивому функционированию, и даже повышению экономики. Повсеместно применяются прогрессивные методики для укрепления и развития экономики страны, что привело к модернизации и внедрению инновационных моделей и поведения в секторе продаж, в том числе в дистанционной торговле.

Однако, если обратиться к теории общей экономике, то можно заметить тот факт, что она также изобилует терминами о «новой экономической среде» и «новой экономике». Например, основоположниками теории «новой экономики» принято считать Й. Шумпетера, Ф. Хайека и Ф. Махлупа [19, с. 210], которые еще в 1962 году в своих трудах говорили о новой эре экономики, где главным в обществе будет «знание». Действительно, уже с начала XXI века мировые умы заговорили об экономике будущего, ключевая роль в котором была предоставлена

умственной силе людей, по сравнению с предыдущей эпохой машин. «Общество знаний», которое должно было организовать «новую экономику» должно было быть представлено умственной силой людей и инновационных технологий, что в совокупности бы смогло обеспечить многократное возрастание экономики по всему миру. Имея результаты данного векторного направления в обществе по всему миру, можно уже сейчас заключить, что ключевое внимание на сегодняшний день представлено знаниями, которые уже на сегодня воспринимаются как основной производительный ресурс.

За период с 1990 по 2005 гг. в общество России активно внедрялись «трамплины» и приготовления, позволяющие уже с 2009 года активировать развитие отечественной экономики на новый уровень. «Новая экономика» по праву также называется «информационной экономикой», где главная роль отводится информации и ее человеческому обладанию. Поэтому, в соответствии с Постановлением Правительства была № 313 [33] развернута программа по телекоммуникации всей территории России, чтобы предоставить доступ к информации и информационным сервисам сети Интернет в каждый дом. В недавнем выступлении Президента В.В. Путина от 16 марта 2023 года на съезде Российского союза промышленников и предпринимателей Президент РФ призвал к повсеместному внедрению цифровых решений: «Еще одна наша задача, а именно, на качественно новый уровень должна выйти эффективность управления. И в бизнесе, и в системе государственной власти надо активно развивать цифровые платформы, осваивать модели управления на основе больших данных. Очевидно, что современные, в том числе так называемые бережливые технологии, нужно внедрять повсеместно, во всех отраслях экономики и социальной сферы» [8]. Соответственно, вынужденная интенсивная перестройка на «новую экономическую среду» в ответ на санкции, введенные в отношении России, позволили в кратчайшие сроки перейти на уровень выше – на уровень «новой экономики», тенденции популяризации которой внедряются по всему миру. В этом случае Россия не осталась в стороне, и путем введения и

модернизации большинства отечественных производств с применением знаний профессионалов и специалистов в области передовых и инновационных технологий смогла вывести не только сектор экономики, но и общий уровень информатизации всей страны.

В целом, в теории экономики можно выделить несколько подходов к пониманию «новой экономической среды» и самой сути «новой экономики».

Так, согласно первому подходу под «новой экономической средой» необходимо понимать комплекс отраслей, которые заняты обслуживанием информационно-коммуникационных сетей, а следовательно, занимаются обслуживанием различным программных и компьютерных технологий: это в первую очередь касается получения, обработки, систематизации и распространения информации, что вновь указывает на акцент в направлении виртуализации привычного уклада в обществе, в том числе и товарно-денежного. Естественно, предпринимательская деятельность смещается в сеть Интернет, внедряя и используя при этом «современные электронные информационные и коммуникационные технологии» [29].

Второй подход к сущностному пониманию новой экономической среды заключается в отождествлении ее с внедрением в привычный уклад общества инновационных средств связи, включая общение с клиентами и дистанционные продажи, что также задействует сеть Интернет [62, с. 19]. Например, в Концепции Совета экономических консультантов при Президенте США указывается, что «экономическая деятельность США в период с 2000 годов характеризуется новыми средствами в экономике», что положительно сказывается на ее чрезмерной положительной динамике, и включает в себя взаимослаженную деятельность технологий, деловой практики и человеческой базы знаний, которые позволили воплотить в новом ракурсе все инновационные продукты [44, с. 78].

На основании суждений, изложенных в данных двух подходах, и в сопоставление с происходящими реалиями, можно заключить, что важными элементами «новой экономической среды» выступают знания людей,

инновационные технологии и повсеместное внедрение информационно-коммуникационных технологий. Это также подтверждают слова Президента В.В. Путина в Послании Федеральному Собранию от 2018 года: «Россия должна стать не только ключевым логистическим транспортом узлом планеты, но и одним из мировых центров хранения, обработки, передачи и защиты информационных массивов. Необходимо закладывать в проекты конкретные решения, которые позволят совместить инфраструктуру с беспилотным транспортом, цифровой морской и воздушной навигацией. Логистику нужно организовать с помощью искусственного интеллекта» [8].

Еще один подход также закладывает в формирование новой экономической среды человеческий потенциал и капитал его знаний, что в совокупности определяет решающую роль в формировании экономического роста общества [8].

В сложившихся условиях формирования «новой экономической среды» особенно важна роль государства, которое служит основным орудием, благодаря которому возможен переход на новый уровень экономики. Например, посредством введения различных государственных программ, нацеленных на формирование общедоступной Интернет-среды, поощрению инновационных модернизаций на предприятиях, поддержкой для осуществления внедрений на предприятиях посредством грантов и иных дотаций – все это создает благоприятные условия для формирования нового образа жизни общества и перестройки его мышления в новом русле [63, с 11]. Предпочтение отдается развитию сферы образования и информационно-компьютерных технологий экономики, наращиванию научно-технического потенциала и последующего его укрепления посредством создания новых товаров и услуг. Все вышеперечисленные меры становятся стратегическими задачами на пути формирования новой экономической политики государства.

На пути столь масштабного реформирования и модернизации не только общества, но и уклада всей жизни и мышления российского человека обязательно должна быть государственная поддержка и сила его воздействия.

Об этом говорили еще теоретики не только марксистской идеологии, но и шумпетерианской и иных подходов, представлявшие эволюцию экономической среды.

Среди основных стратегических направлений, которыми должно было заняться государство, на основе вышеуказанных теорий можно выделить:

- формирование государственных научных баз и соответствующих научно-технических программ, которые смогут реализовать и обеспечить поддержку в аналогичных областях становления новой экономической среды.
- предоставление дотаций, выделение специализированных средств на реализацию, поддержание и обеспечение приоритетных направлений в экономике.
- формирование положительного восприятия инновационных процессов, внедрение различных стимулов, позволяющих формировать и адаптироваться к инновационным продуктам.
- введение инновационных продуктов мыслительной деятельности в сам государственный сектор, для преодоления «бюрократического консерватизма».

О необходимости перехода всему обществу к цифровой среде в рамках адаптации к новой экономической среде говорит также Г. Греф, председатель правления ПАО «Сбербанк»: «Главный драйвер изменения мира – это технологии. Это главный фактор, радикально и неизбежно меняющий мир. А внутри технологий, конечно, цифра. Цифровые технологии стали радикальным образом менять всё то, что мы делали» [13].

Таким образом, установление «новой» экономической среды, а также активное внедрение инноваций коснулось всех сфер жизнедеятельности человека, включая информационные и телекоммуникационные технологии [60,с.11],[61],[64]. Так, новаторство в сфере торговли привело к разнообразным формам предоставления товаров и услуг. Например. С начала

2000 всем хорошо знакома форма продаж через TV, которая заняло свою нишу и до сих пор считается одним из эффективных средств продаж.

Однако, в связи с принятием Постановления от 15 апреля 2014 г № 313 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «информационное общество»» [33] одной из стратегических задач развития и модернизация современной инфраструктуры обозначилось обеспечение доступности граждан независимо от их категории в сеть Интернет. «Развитие и модернизация современной инфраструктуры создадут условия для обеспечения доступности услуг электросвязи для всех слоев населения на территории Российской Федерации, предоставят равные возможности доступа к информационным сетям городскому и сельскому населению, приведут к снижению цифрового неравенства в регионах России [43]. Развитие информационно-телекоммуникационной инфраструктуры позволит расширить возможности использования средств электросвязи, радиочастотного спектра для повышения эффективности государственного управления, нужд обороноспособности и безопасности государства и обеспечения правопорядка» - говорится в данном документе. В рамках всероссийской реализации положений данного постановления уже по итогам 2021 года значение показателя «Рост доли домохозяйств, которым обеспечена возможность широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет возрос до 97 %» [34] покрытия общей территории России, что в свою очередь составило 85,85 % выполнения предписаний Постановления №313 [33], где плановое значение данного показателя было заявлено в 77%.

Подобное повсеместное развитие и модернизация телекоммуникационной инфраструктуры Российской Федерации реализуется в рамках программы обеспечения равных возможностей доступа к современным телекоммуникационным сервисам всем жителям Российской Федерации, в том числе посредством создания спутниковой группировки

быстрого доступа в сеть Интернет, которая заявлена в Постановлении №313 [33].

В ходе повсеместного обеспечения доступа в сеть Интернет, покупателям открылось множество возможностей приобретения товаров, особенно тех, которые не доступны к покупке в их регионах, в связи с чем популяризовалась дистанционная торговля (торговля через сеть Интернет). К тому же, продажи через интернет характеризуются экономностью затрат для продавца, в связи с отсутствием дополнительных трат, закладываемых в аренду помещения, зарплату продавцов и иные бытовые расходы, в связи с чем цена товаров как правило значительно ниже, чем на аналогичные товары в традиционных магазинах. Для покупателя также имеет значение наличие некоторой конфиденциальности, связанной с отсутствием самого лица в магазине.

Этот психологический фактор набирает популярность в связи с чрезмерной информационной перегруженностью человека в условиях становления «новой информационной среды» [1, с. 27]. Интернет-магазины предоставляют возможность покупателю совершить обдуманную покупку, без психологического давления со стороны продавцов, а также совершить «отсроченную покупку», когда оплату следует совершить только при получении, тем самым выиграв время на приобретение необходимых денежных средств. В целом, преимущество дистанционной купли-продажи имеет ряд неоспоримых преимуществ по сравнению с традиционным приобретением товара через обычный магазин. Однако, данная форма продаж имеет свои специфические нюансы, например риски получить товар, которые не соответствует заявленным характеристикам, которые предоставлены на сайте-продавца. В этом случае необходима тщательная и правовая поддержка, которая способна разрешить наибольшее количество спорных вопросов при совершении покупки дистанционным способом.

Следует также оговориться, что в настоящее время дистанционная торговля представлена в основном розничной куплей-продажей через сеть

Интернет, поскольку она является наиболее информационной, масштабной, а каталоги его магазинов «не имеют конца и края». Однако, если проанализировать правовую платформу дистанционной торговли, мы увидим, что это – собирательное понятие, которое объединяет не только розничную продажу через сеть Интернета может быть представлена также и почтовой доставкой товаров, а также покупками через телефон посредством просматривания каталогов на бумажном носителе, или же через телевизионные программы. Однако же, дистанционная торговля по почтовым каталогам, или же через специальные телевизионные программы были востребованы тогда, когда сеть Интернет была «в диковинку» и площадь покрытия составляли лишь крупные города. В таких условиях почтовые каталоги или же звонки, а также заказы через телевизионные программы были достаточно популяризированы. Однако же данные формы продаж имели весомые недостатки, например такие, как необходимость включать телепередачу в определенное время в соответствии с расписанием, или же заказы из бумажных каталогов необходимо было отправлять почтой на соответствующих бланках. Вставшие на их замену интернет-магазины позволили пользователям совершать заказы в удобное для них время и быть достаточно автономными от дополнительных действий, например от необходимости постоянно посещать отдел почтовой связи и отстаивать длинные очереди.

Современные магазины дистанционной торговли как правило имеют свою развитую логистическую инфраструктуру, позволяющую в кратчайшие сроки доставить товар для абонента. Кроме того, обеспечение возможностью пользоваться сетью Интернет большинством граждан, в рамках реализации информационной электронной доступности, позволило им значительно сгладить моральные неудобства, вызванные длительной самоизоляцией из-за новой корона вирусной инфекции (COVID-19), заказывая еду, необходимые бытовые товары, а также некоторые виды услуг посредством дистанционной торговли, преимущественно через сеть Интернет.

Действительно, дистанционная форма продажи товаров приобрела «пик» своей популярности в недавнем времени: из-за «локдауна» по всему миру, миллионы людей на протяжении многих месяцев пребывали на «самоизоляции» и пользовались исключительно покупками через интернет-магазины.

Всплеск покупок в сети «Интернет» имел как положительные, так и отрицательные проявления. Например, за время «самоизоляции» в 2021 году объем торговли через сеть Интернет по России составил более 1700 млн заказов на сумму более 4 трлн рублей, что выше аналогичного периода за 2020 год на 104% и соответственно выше прибыли 2020 года на 52% [26]. При этом, по данным статистики [30], количество мошеннических манипуляций в сети «Интернет» возросло за 2021 года на 6,5%, а в 2022 года почти в два раза [30]. В том числе, среди пострадавших есть граждане, которые совершили покупку через Интернет-магазин, а в результате получили иной товар, потеряли деньги, которые были уплачены в качестве предоплаты или оплаты товара в полной стоимости. В этой связи возникла насущная необходимость в более глубокой проработке правовых актов, регламентирующих куплю-продажу в сети «Интернет», а также усовершенствование законодательства об ответственности за подобного рода правонарушения.

Таким образом, Россия не уступает мировому сообществу на пути создания нового экономического сектора с преимущественными акцентами на инновационные продукты, модернизацию предприятий и обеспечение информатизации и цифровизации всего общества. В становление «новой» экономической среды свою лепту внесла также и пандемией новой коронавирусной инфекции (COVID-19), которая нанесла существенный ущерб традиционным формам продажи, заставляя закрываться и ликвидироваться многие магазины и переводить свой ассортимент товаров на Интернет-платформы. Одним из результатов цифровизации общества стало перемещение предпринимательской деятельности в цифровую среду,

представленную в основном огромным количеством интернет-магазинов. Определенный вклад в сформированный переход России на формирование «новой экономической среды» оказали санкции, в результате которых были внедрены программы импортозамещения и активного внедрения, создание и поддержка отечественных производителей товаров и услуг.

Экономический сектор не может быть обособленным. Более того, экономика – есть понятие в наши дни общемировое. Затрагивание одного сектора экономики или же его преобразование подобно паутине заставляет колыхаться иные сферы и секторы экономической деятельности, затрагивая не только отдельную страну, но и вовлекая в данный процесс общемировые устоявшиеся экономические роли. В этой связи предпринимателям необходимо подстраиваться под создавшиеся экономические реалии и находить инновационные пути деятельности, например, реализуя товары через сеть Интернет, а для этих целей необходимо соответствующее правовое регулирование. В рамках построения «новой экономики» предпочтение отдается цифровым документам и соответствующей средой делового общения и получения информации посредством электронного документооборота. Для реализации обеспечения данного проекта были приняты соответствующие государственные акты, в частности Постановление Правительства №313, которые призвали обеспечить граждан повсеместно возможностью использовать сеть Интернет в своей жизнедеятельности.

1.2 Правовое обеспечение и особенности дистанционной торговли товарами и услугами в соответствии с российским законодательством

Одновременно, в процессе внедрения новых передовых технологий цифровизации и с повсеместным ростом пользователей сети Интернет, растет и число злоумышленников в данной среде, желающих приобрести выгоду на

оказании недобросовестных услуг, или же посредством интернет-мошенничества с картами, счетами или мошенническими платформами интернет-магазинов. Как свидетельствуют данные статистики, по состоянию на конец 2022 года, каждое шестое преступление совершается с использованием средств дистанционной торговли. Так, выявлено более 717,7 тыс. преступлений, которые были совершены с применением сети Интернет, или же с индивидуальных карт клиента.

На момент начала 2023 года сектор массовой информатизации РФ отметил стабилизацию положения в сфере обеспечения правовой безопасности и приобретение некоторого комплексного правового поля в данной среде [9].

Особенностью продажи или покупки через пространство «Интернета» является то, что в отличие от покупки «офф-лайн» у покупателя нет возможности осмотреть именно тот товар, который он хочет приобрести. На представленных на сайте – продавца фотографиях присутствует лишь аналогичный продукт, который демонстрирует, как будет выглядеть товар. Этой особенностью часто злоупотребляют продавцы, присылая товар, который не соответствует ожиданиям покупателя, а более «наглые» продавцы отправляют товар, который не соответствует ожиданиям покупателя, а именно не соответствует характеристикам, которые заявлены в описании товара, или же его внешний вид существенно отличается от заявленных в каталоге интернет-магазина. Как следует из содержания статьи 497 ГК РФ [11] ее заголовок называет подобную продажу «по образцам». Последующие восемь статей регламентируют общие положения факта исполнения сделки, вопросы оплаты и доставки товара, а также ответственность продавца и исполнителя.

В теории экономики и права существуют различные трактования содержания термина «дистанционная торговля». Например, В. Саламатов [45]. называет дистанционную торговлю «почтовой торговлей», подразумевая под данным термином собирательный образ всех розничных

продаж, которые оказываются «интерактивно», то есть не в помещениях традиционных розничных магазинов.

В обиходе дистанционную форму торговли также называют «каталожной торговлей» и «электронной торговлей». В общем существует достаточно терминологического разнообразия к дистанционной форме торговли, однако же все они сущностно означают продажу товаров по каталогом, причем последние могут быть представлены как в электронном виде, тогда мы имеем некий интернет-магазин, рассылку каталогов с товарами посредством электронной почты, или же каталоги, реализуемые в отделениях почтовой связи, или же в специальных киосках, а также предлагаемые в рамках рекламной акции бесплатно через почтовые ящики в жилых домах или общественных местах [59,с. 55].

Кроме того, в настоящее время положениями гражданского законодательства не исчерпывается весь спектр вопросов, которые нуждаются в урегулировании купли-продажи через сеть «Интернет». Еще в 1992 году был издан Закон № 2300-1 «О защите прав потребителей» [17], который действует по настоящее время с соответствующими изменениями редакций. В подмогу ему было утверждено Постановление Правительства от 27.09.2007 г. № 612 «Об утверждении правил продажи товаров дистанционным способом» [35], которое утратило силу с 1 января 2021. Примечательно, но данное постановление фактически имело готовое содержание для последующего преобразования в соответствующий закон о дистанционной торговле. Например, пункты 1 и 2 фактически повторяют общепринятые шаблоны законодательных актов. Пункт 2 имеет название «Основные понятия, используемые в настоящих Правилах», а пункт 6 делает акцент на том, что «Настоящие Правила не применяются в отношении: работ (услуг), за исключением работ (услуг), выполняемых (оказываемых) продавцом в связи с продажей товаров дистанционным способом», из чего можно заключить, что законодатель делает акцент именно на спецификации данного Постановления. Пункт 2 также закреплял легитимное определение

Интернет-торговли. Так, «продажа товаров дистанционным способом - это продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, исключающими возможность непосредственного».

Однако, начиная с 1 января 2021 года вместо данного Постановления вступило в действие Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 N 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» [36], которое фактически заменило действовавшее Постановление № 612. Предполагалось, что Постановление № 2463 [36] будет более адаптированной редакцией, охватывающее больше ситуации для расширения правового поля воздействия на дистанционные сделки, но по факту данное Постановление имеет характер более ужатой редакции Постановления №612 [35], в котором отсутствуют основные понятия и термины, оно более ужимисто и сконцентрировано в своих нормах.

Так, в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 N 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» [36] [38], под дистанционным договором покупки и продажи товаров следует считать, такой договор, при котором продавец обязан заключить договор розничной купли–продажи с любым лицом, выразившим намерение приобрести товар на условиях оферты. Данное постановление является относительно новым, что дополняет уже имеющуюся информацию о дистанционных способах торговли, однако не формирует обобщенного понимания возможных средств и способов, а также технических механизмов взаимодействия покупателя и потребителя (если иное не определено сторонами договора).

Помимо вышеуказанных законодательных актов правила дистанционной торговли регулируются Законом от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» [17] с соответствующими исправлениями в редакциях. Так, в редакции от 21.12.2004, введенным ФЗ N 171-ФЗ [38] была добавлена статья 26.1 о дистанционных способах продажи товаров. Иные правовые акты имеют «вспомогательный» характер. Имеются ввиду такие законы, как «О рекламе» [50], или специализированные акты ЦБ РФ, без соблюдения которых нельзя назвать всю деятельность по продаже товаров дистанционным способом законной. Весомая роль также отводится и Арбитражному процессуальному кодексу РФ [2] в тех случаях, когда возникает потребность обращения в суд для урегулирования конфликтных ситуаций. Однако, основной перечень законов, регламентирующий правила дистанционной торговли представлен тремя вышеуказанными правовыми актами. К ним можно также причислить и ГОСТ Р 57489-2017 [10], который имеет более рекомендательный характер, и декларирует как «должно» быть, нежели как обязательные к исполнению нормы обязательного соответствия.

Таким образом, основным специализированным законом в сфере дистанционной торговли можно указать лишь Постановление Правительства

РФ №2463 [39]. Однако, если проанализировать более пристально Постановление №2463 с аналогичным Постановлением № 612, который был упразднен в связи с принятием более поздней версии Постановления №2463, можно отметить, что в большинстве случаев, данное Постановление выступает на стороне продавца, нежели покупателя. Так, например, в действующей редакции Постановления №2463 [39] продавец сам определяет момент, когда он будет считать сделку с покупателем заключенной. Ранее же продавец с момента покупки через платформу интернет -магазина покупателем товара уже обязывался предоставить его, то есть сделка заключалась в момент покупки продавцом товара через платформу интернет-магазина. В действующей редакции подобная манипуляция означает лишь предзаказ, то есть намерение покупателя о будущем приобретении товара. В тоже время, Постановлением №2463 [39] ужесточен список обязательных к свободному прочтению на платформе магазина реквизитов о продавце на случай, если покупатель изъявит желание в написании заявления или претензии как на адрес самого интернет-магазина, или же в суд.

Также следует учитывать, что с 1 января 2021 года вступило в действие Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 №2463 [39], которое обновило правила продажи товаров в розницу, в том числе дистанционным способом. Данные правила будут работать как минимум до 1 января 2027 года. В основе этих правил – «Закон о защите прав потребителей» [17], который регулирует отношения между продавцами и клиентами при продаже товаров по договору розничной купли-продажи, в том числе при дистанционном способе. Поэтому на них нужно обратить внимание.

В частности, в правилах конкретизируется:

- информация, которую должны указывать на сайте юрлица и ИП при онлайн-продажах.

- требования для юридических лиц: полное фирменное наименование, основной государственный регистрационный номер, адрес и место нахождения, а также адрес электронной почты и номер телефона.
- требования для ИП: ФИО (при наличии), основной государственный регистрационный номер, адрес электронной почты и номер телефона.
- способ передачи товара покупателю. Товар передается по указанному адресу, но если покупатель отсутствует, то любому лицу, предъявившему информацию о номере заказа или иное подтверждение заключения договора розничной купли-продажи или оформление заказа. Если товар доставлен в срок, но не передан по вине клиента, то последующая доставка производится в новые сроки, согласованные с продавцом.

Возврат денег клиенту после фактического возврата товара. В документе уточняется, что расходы на осуществление возврата уплаченной суммы за товар ненадлежащего качества несет продавец. А в других случаях распределение указанных расходов осуществляется по соглашению сторон. Также в правилах подробно описываются особенности продажи продовольственных товаров, технически сложных товаров, ювелирных изделий и других категорий.

Ранее, интернет-магазины не принимали товары надлежащего качества из списка технически сложных изделий, а также ювелирные изделия, но действующая редакция Постановления №2463 [36] обязала их принимать данные виды группы товаров даже если они надлежащего качества. Считаем, что это связано с тем, что покупатель впервые видит и осязает товар именно в момент получения, и если товар не соответствует ожиданиям, даже если он технически исправен, покупатель имеет право вернуть его обратно. Законодатель также делает оговорку о том, что товар не должен быть в употреблении, с бирками и иметь товарный внешний вид. Однако в этом случае дискуссионным остается вопрос об оплате обратной пересылки в

интернет-магазин. Так, начиная с 1 января 2023 года в практику многих интернет-магазинов было введено нововведение о платном отказе при надлежащем виде и характеристиках товара. Закон «О защите прав потребителей» [17] также указывает на правильность данного вида действий: в соответствии со статьей 26.1 «При отказе потребителя от товара продавец должен вернуть ему денежную сумму, уплаченную потребителем по договору, за исключением расходов продавца на доставку от потребителя возвращенного товара». Данное нововведение породило множество дискуссионных моментов. Например, как быть в случае, если покупатель выбрал товар, который заявлен в описании при соблюдении всех осторожностей, но в итоге получил товар, который не соответствует его требованиям. Чаще всего такой казус случается с несовпадением размерного ряда у одежды или обуви, когда покупателю мал или велик его привычный размер, который он заказал через интернет-магазин. Возникает закономерный вопрос – должен ли в таком случае покупатель оплачивать обратную отправку товара? Ряд правоприменителей считает, что в данном случае обратная доставка должна осуществляться безвозмездно. Однако на практике возврат «по уважительной причине» товара надлежащего качества, не подошедшего по индивидуальным характеристикам, таким как размер, фасон, осуществляется за счет покупателя. В этой связи возникает множество претензий к продавцу о введении в заблуждение или же заведомо мошеннических действиях с целью двойного заработка на оказании логистических услуг и пр. Данный момент пока остается неразрешенным, потому как правы обе стороны. С одной – покупатель выбрал тот товар, в параметрах которого он был уверен, и за несовпадение заявленных характеристик он не может нести ответственность, а с другой стороны, продавец таким образом оберегает себя от «чрезмерного возврата», которым пользуются их конкуренты, заказывая и возвращая товары под видом покупателей, чем значительно снижают прибыльность от интернет-магазина.

Приведем также иной распространенный пример, где продавец устанавливает минимальную сумму заказа, что нарушает свободу выбора покупателя, принуждая его «добирать» до минимальной суммы заказа. По этому поводу Арбитражный Апелляционный суд РФ [37] назвал подобное действие со стороны продавца «подорожание одних товаров за счет других» и указал на недопустимость подобных действий со стороны продавца. Однако, пока что законы не содержат четких указаний на недопустимость установления интернет-магазинами «минимальной суммы заказа».

Указаний со стороны судов о недопустимости нарушения прав потребителей великое множество, однако не все они еще кодифицированы в нормы определенных законов.

В то же время, можно понять и интернет-магазины, которые устанавливают подобные требования исходя из финансовых соображений, когда доставка на маленькие заказы будет существенно превышать выручку от продажи. В этом случае есть два выхода из проблемы: или же интернет-магазин будет устанавливать минимальную сумму заказа, при этом сохраняя лояльные суммы доставки, или же вообще осуществления бесплатной доставки, или же должна будет устанавливать завышенные тарифы на доставку, чтобы компенсировать подобные маленькие заказы, что негативно отразится на ее общей выручке. Таким образом, интернет-магазины и иные продавцы, осуществляющие продажу через сеть Интернет, должны постоянно «балансировать» между собственной прибылью и угодой и удобством для покупателя. При этом, необходимо отметить, что закон будет превалировать на стороне покупателя, потому как давняя маркетинговая поговорка гласит: «покупатель всегда прав». Однако в этой связи необходимо уточнить, что по законам России права та, сторона, которая поступает по закону. Недобросовестных покупателей также много, как и недобросовестных продавцов, и защиту прав необходимо поддерживать с обеих сторон.

Таким образом, на основании всех законодательных установлений, можно сформировать признаки, характеризующие дистанционную торговлю:

- продажа товара реализуется не в стенах традиционного магазина, а через каталоги, которые имеют вид электронного или бумажного носителя;
- обязательно заключенный в соответствии с формой купли-продажи договор оферты. В отличие от традиционной продажи, где сделка считалась законченной в момент передачи продавцу денежных средств в качестве уплаты за товар, момент окончания сделки определяет продавец – это может быть факт заказа товаров, момент получения товаров, или же иной другой момент, которые будет прописан в договоре оферты.
- вручение товара будет осуществляться по заявленному «месту требования», например в конкретном отделении почтовой связи, или же в пункте выдачи заказов, «постаматах», отделениях транспортных компаний, или же посредством доставки почтовым курьером.

Существующая законодательная база в области продажи товаров дистанционным способом в достаточной мере регулирует общие положения продажи данным способом. К тому же базовые нормы были внедрены в соответствующие законы, такие как Гражданский кодекс РФ и Закон «О защите прав потребителей» [17], в то время как частные судебные прецеденты будут накапливаться только тогда, когда будет интенсивная практика данного вида деятельности, которая началась всего около пяти лет назад.

В «Правилах дистанционной торговли» явно прослеживается один запрет – запрет на торговлю алкогольными напитками через интернет. Продажа остальных товаров ограничивается другими нормативными актами. Например, нельзя продавать в интернет-магазинах: табачную продукцию; оружие без лицензии и средства защиты; технику, предназначенную

для негласного получения информации; оборудование, используемое для проведения азартных игр.

Кроме того, 28 июля 2022 года правительство РФ одобрило законопроект о дистанционной торговле рецептурными лекарствами. В рамках проекта предлагается дополнить федеральный закон «Об обращении лекарственных средств» [55] статьей, регулирующей проведение эксперимента, который пройдет с 1 марта 2023 по 1 марта 2026 года в Москве, Московской и Белгородской областях. Как пояснили в пресс-службе Минздрава России, документ обязывает аптеки при продаже дистанционным способом обеспечить идентификацию личности гражданина, которому оформили рецепт на препарат, с личностью гражданина, которому его доставили. Только аптечные организации вправе продавать дистанционно те лекарственные препараты, которые не запрещено продавать дистанционно. Для этого аптечная организация должна иметь лицензию на фармацевтическую деятельность и разрешение Росздравнадзора на осуществление розничной торговли лекарственными препаратами дистанционным способом (ч. 1.1 ст. 55 Закона «Об обращении лекарственных средств» [55], п. 7 Правил продажи лекарств дистанционным способом [38]). Кроме того, при продаже товаров через интернет-магазин необходимо соблюдать ограничения по перечню товаров, которые действуют для договора купли-продажи в соответствии с п. 5 ст. 454, п. 1 ст. 455 ГК РФ [11], и, в частности, при розничной купле-продаже (п. 30 Правил розничной продажи товаров [39]). Товар признается не предназначенным для продажи дистанционным способом, если таковая подразумевает предварительное согласование условий договора розничной купли-продажи, в том числе согласование наличия, наименования и количества товара, а также в иных случаях, когда продавец явно определил, что соответствующий товар не предназначен для продажи дистанционным способом. Если в интернет-магазине продавец предоставил информацию о продаваемых товарах (описание, фотоснимки и т.п.), это уже является публичной офертой

независимо от того, указаны ли цена и другие существенные условия договора розничной купли-продажи. Это следует из п. 2 ст. 494 ГК РФ [11].

В самом широком смысле, можно свести понятие дистанционной торговли к одной общей черте – отсутствию личного контакта между покупателем и продавцом, а также возможность оплаты с использованием «электронных денег», без наличия физического контакта. Данная форма продаж была особенно востребована в период длительной самоизоляции, которая была введена в связи с эпидемией коронавирусной инфекции. Ряд ученых советует руководствоваться содержанием специального ГОСТа Р 51303-2013 «торговля. Термины и определения» [41], который носит специализированный характер установления правил в области дистанционной торговли, и, как следует из его названия, предписывает уяснить основные термины и понятия в торговле дистанционным способом. Из содержания данного ГОСТа пункта 75 следует, что «форма торговли, осуществляемая на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах, на интернет-сайтах или представленным на фотоснимках, с использованием средств связи (теле-, радио-рекламы, телемагазина, почтовой связи, электронной торговой площадки и других средств связи) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром (образцом товара) до заключения договора купли-продажи и осуществления оплаты за товар». При этом, стоит обратить внимание, что пункт 72-46 раскрывают понятия каждой формы торговли. В вышеприведенной цитате раскрывалась форма дистанционной торговли, на основании которого можно выделить виды электронной торговли: посылочная торговля (посредством заказа товаров через специализированные каталоги, приобретаемые в почтовых отделениях), телевизионная (через специальные телеканалы и передачи, как уже указывалось ранее) торговля и электронная торговля (через каталоги сети Интернет).

В этой связи, некоторые ученые [24] считают, что продажа товара по образцам и дистанционная форма продажи (ст. 497 ГК РФ [11]) – это равнозначные понятия. В свое суждение они вкладывают трактовку о том, что при дистанционной форме продажи в каталоге интернет-магазине демонстрируется образец, равно также как и при продаже по образцам, из чего они делают умозаключение о том, что дистанционная форма продажи является одним из видов продажи по образцам, то есть сама демонстрация товара производится по фотографиям., представленным в сети Интернет на платформе Интернет магазина. Однако, мы не согласны с данной точкой суждения, потому как сам законодатель разграничивает содержание данных понятий, уделяя отдельно внимание каждой из формы продаж соответственно в абзаце первом и втором статьи. В данном контексте следует воспринимать данные два абзаца как представление формы и вида торговли – то есть форма торговли – по образцам, а вид торговли – дистанционно, поскольку в ГОСТЕ в п.72 указано, что при продаже по образцам продавец выставляет пример товара, а уже каким образом он будет доставлять его до покупателя – зависит от вида дистанционной продажи – почтой, логистическими компаниям или же через специализированные «постаматы».

Таким образом, сегодняшняя дистанционная торговля представлена разноплановыми правовыми актами различных уровней, что в совокупности позволяет создать целостную картину о формах продаж и видах ее дистанционной реализации. Дистанционный способ продаж регулируется в первую очередь положениями статьей 432 и 433 ГК РФ [11], Правилами продажи товаров дистанционным способом (п. 20) и соответствующим ГОСТ, законом о защите прав потребителей и иными правовыми актами, имеющими «вспомогательный и ситуационный характер». Начиная с 1 января 2023 года законодательство о дистанционной продаже претерпело изменения в сторону его ужесточения, особенно в частных правовых актах. Например, Постановлением №2463 [36] ужесточен список обязательных к свободному прочтению на платформе магазина реквизитов о продавце на

случай, если покупатель изъявит желание в написании заявления или претензии как на адрес самого интернет-магазина, или же в суд. Начиная с 1 марта 2023 года будет проводиться эксперимент в некоторых областях России о возможности аптек продавать товары дистанционным способом при идентификации личности покупателя и сравнении его с реквизитами на рецепте. В отношении самой дистанционной торговли, в связи с ее активной популяризацией и наращиванием оборотом продаж дистанционным способом, можно предположить, что данный вид продаж эволюционирует в ногу с усложнением общественных отношений и прогрессирует, соответствуя условиям «новой экономики» и набирает обороты в огромной прогрессии. По этому поводу, ученые отмечают, что «клиенты дистанционного ритейлинга – это жители, которые находятся в отдалении от районных центров с развитой инфраструктурой, а также потребители, которые следят за новинками моды и которые ценят время» [44, с. 659].

Глава 2 Особенности заключения, изменения и расторжения договора дистанционной торговли товарами и услугами в соответствии с законодательством Российской Федерации

2.1 Особенности заключения и содержание договора дистанционной торговли товарами и услугами

Действующие условия правил современной дистанционной продажи по законодательству России являются симбиозом и производными от традиционной правовой организации розничной купли-продажи традиционным способом, которая регулируется положениями главы 30 ГК РФ [11]. Отдельных условий заключения договора о дистанционной продаже товаров и услуг не предусматривается, но имеется специализированная статья 497 ГК РФ [11], повествующая об основном содержании дистанционной торговли и торговли по образцам. Особенностью дистанционной продажи является отсутствие прямого контакта между покупателем и продавцом, используя при этом дистанционные средства связи и различные электронные каталоги, представленные Интернет-страницами, или же печатными материалами, каталогами, транслируемыми через программу телепередач [3].

Вне зависимости от вида розничной торговли, ее элементами являются четыре составляющих:

- оферта (предложение), при котором одна сторона делает предложение неограниченному кругу лиц (предложить купить товар);
- акцепт: другая сторона должна прямо принять предложение;
- намерение создать правовые отношения: обе стороны контракта должны взаимодействовать для поиска компромиссного решения, удобного для обеих сторон.
- оплата товара, при котором одна сторона, продавец передает товар,

адругая сторона, покупатель обязуется произвести за него оплату.

Перечисленные элементы обязательны к наличию для расценивания договора розничной купли-продажи правомерным и заключенным, равно как и для всех договоров, что указывается в ст. 420 ГК РФ [11]. Для дистанционной купли также обязательно наличие консенсуса – достижения согласия с условиями заключаемого договора. Как правило, в договоре о дистанционной купли-продажи участвуют две стороны, именуемые продавцом и покупателем, реже присутствует третья сторона – поручитель [27, с. 69]. Каждая из сторон преследует свои субъективные цели – купить, продать, обеспечить сделку, но все они в конечном итоге имеют одну общую цель – реализовать договор в отношении конкретной вещи, по поводу которой заключается договор дистанционной купли-продажи [15].

В основном при дистанционной купли-продажи следует придерживаться основных правил розничной продажи в соответствии с главой 30 ГК РФ [1]. Как следует из положения статьи 454 ГК РФ [11], «по договору купли-продажи, одна сторона (продавец) обязуется продать товар другой стороне (покупатель) и получить за это стоимость товара, а покупатель приобретает товар за определенную стоимость с целью удовлетворения собственных потребностей».

При заключении договора права и обязанности возникают у обеих сторон договора. При этом, Шодрынге Т.С уверен, что применение дистанционного договора возможно только в отношении штучного товара, то есть розничного, поэтому считает, что договор следует именовать конкретной и точной формулировкой: «договор дистанционной розничной купли-продажи» [59].

По нашему мнению, подобная оговорка в отношении возможности именно штучного товара, приобретаемого дистанционным способом, не является существенной, потому как в законе нет четких ограничений. К тому же, можно заказать штучный товар, который возможно приобрести оптом (например карандаши), и который возможно достаточно легко получить без

заключения соответствующего договора поставки самостоятельно, в качестве физического лица – самозанятого или индивидуального предпринимателя.

Также, как и при традиционной продаже, договор дистанционной продажи товаров должен включать обязательные параметры: цена за конкретный товар; предмет договора, конкретный товар и его физические характеристики: качество, ассортимент, количество и т.п.; способ взаимодействия продавца и покупателя, по средствам использования дистанционных форм.

С данными условиями солидарна и Нинциева Т.М [28], с некоторыми оговорками. Например, в отличие от традиционного договора розничной продажи, дистанционный вид продажи должен включать положение о соответствии реального получаемого товара его дистанционному описанию. Барабачкова М.Н и Корниловой Н.В. [3]. считают, что любой договор о продаже, без личного присутствия следует считать ли станционной формой продажи.

Если в договоре срок доставки товара не определен и отсутствуют возможности его определить, товар должен быть передан продавцом в разумный срок, а в случае неисполнения – в течение семи дней со дня предъявления покупателем требования об исполнении обязательства.

Логисты и правоведа спорят ещё еще об одном дискуссионном моменте. Так, приверженцы одной точки зрения утверждают, что договор дистанционной купли- продажи товара или же услуги будет считаться исполненным в момент вручения товара покупателю, что соответствует положению п.2 ст. 499 ГК РФ [11]. Однако, альтернативная точка зрения по этому поводу ученых гласит, что договор может считаться исполненным не в момент вручения, а только по факту его принятия покупателем или же иным лицом, которое предъявит документы об оплате. Из данного положения следует несколько моментов: 1. Получается, курьеру, равно как и продавцу в принципе безразлично, кто будет получать заказ, если это лицо предоставит чек об оплате. 2. Покупатель, даже при условии оплаты заказа может и имеет

права от него отказаться, например, если характеристики товара не устраивают его по определенным параметрам. Например, много подобных примеров с участием известной компании по продаже японских блюд, когда покупатели, оплатив заказ на сайте, при получении отказывались от него по причине несвежести продуктов.

В соответствии с частью 1 статьи 432 ГК РФ [11] договор считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора. Такое правило распространяется и на договоры, изучаемые в рамках настоящего исследования. Также, по общему правилу, договор заключается посредством направления оферты (предложения заключить договор) одной из сторон и её акцепта (принятия предложения) другой стороной (ч. 2 ст. 432 ГК РФ [11]). В соответствии со статьей 435 ГК РФ [11] офертой признается предложение заключить договор. Направляя оферту, сторона фактически выражает свою волю и сообщает другой стороне о намерении заключить договор. Предложение, которое содержит в себе все существенные условия и из которого усматривается воля лица заключить договор на указанных в предложении условиях, признается публичной офертой (ст. 437 ГК РФ [11]).

В этом случае следует изменить п.2 ст. 499 ГК РФ [11] конкретизируя действия курьера и продавца, и изменив конфигурацию «вручение товара» на момент «принятия товара», потому как также были случаи, когда курьер просто отдавал заказ и не принимал его обратно. В случае несогласия с принятием товара по определенным характеристикам, покупатель должен на месте связаться с продавцом и обсудить его дальнейшие действия.

На практике, более чем 90% подобных сделок заканчиваются вручением товара, заказанного дистанционно, потому как подобная ситуация несоответствия попросту ставит покупателя в тупик, потому что деньги он уже оплатил, а принимать товар нужно, потому как отказавшись, он может потерять и деньги, и сам заказ. Только лишь некоторые покупатели рискуют отказаться от покупки и разобраться на месте о дальнейших своих действиях.

Также стоит отметить, что при оплате при получении, данный договор дистанционной продажи следует толковать как косвенную электронную торговлю, потому как оплата все же происходит в режиме «офф-лайн», при личной встрече покупателя и курьера, или же дочном визите покупателя в пункт выдачи товаров.

«Основной отличительной особенностью договора дистанционной розничной купли-продажи товара от обычного договора розничной купли-продажи состоит в способе заключения и форме договора. Но некоторые нормы, предусмотренные для розничной купли-продажи, применяются и для дистанционной розничной купли-продажи» [14].

«Возникает вопрос, будет ли договор, заключенный таким образом, действительным и юридически обязательным для продавца и покупателя, поскольку в данном случае стороны лишены возможности непосредственного контакта. В частности, при осуществление предпринимательской деятельности в сфере осуществления дистанционных продаж автором дипломной работы было выявлено, что не урегулированный на законодательном уровне детальный порядок осуществления передачи сообщения влечет риски для продавца, в виде убытков» [14].

«Например, один из самых распространенных вариантов: покупатель делает заказ, а предприниматель за свой счет осуществил доставку до места назначения, но по неизвестным причинам покупатель не явился за заказом товаров, в результате чего продавец вынужден за свой счет осуществлять доставку до склада товаров, а по мимо реальных убытков продавец не может в осуществлять предпринимательскую деятельность в отношении данного товара (упущенная выгода)» [5].

Также следует отметить, что при оплате «офф-лайн», а также при подтверждении заказа по телефону – интернет-магазин не застрахован от «бесполезных заказов», то есть от тех, которые умышленно совершаются конкурентами в целях искусственного дампинга. На деле же такие заказы не принимаются и не оплачиваются, доставляя дополнительную строку трат для

интернет-магазинов.

В данном случае как бы ни противились данному новшеству недовольные клиенты, очень хорошим выходом из ситуации стало введение «платного отказа», как-то было введено в один известный всем интернет-магазин. Позитивно настроенный покупатель будет тщательно выбирать товар, и откажется от него только в том случае, если же он действительно ему не подошел. «специальный покупатель», напротив, будет скупать массу дорогостоящих товаров, от которых он в итоге откажется. Введенная система «платного отказа» в данном случае позволила уже на 17% сократить подобные затраты на обратную логистику на склад продавца. Кроме того, продавец не категоричен в данном вопросе, и, если покупатель укажет причину возврата товара, например, брак или иной изъян, деньги, уплаченные за возврат товара, вернутся покупателю [18].

Таким образом, по общим правилам сделка в письменной форме должна быть совершена путем составления документа, которые подлежат подписанию со стороны каждого субъекта правоотношения, либо с использованием аналогов собственноручной подписи (например, электронно-цифровой) допускается только в случаях и в порядке, предусмотренных законом, иными правовыми актами или соглашением сторон.

Важно отметить, что именно к отношениям розничной купли-продажи и относится специальное правило о публичной оферте товара (ст. 494 ГК РФ [11]), что позволяет судить об особом порядке его заключения. Предложение товара в его описании, обращённое к неопределенному кругу лиц, признается публичной офертой, если оно достаточно определено и содержит все существенные условия договора.

При этом пункт 20 Правил продажи товаров дистанционным способом [39] дает альтернативу: исследуемый договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар. Из этой

нормы сразу усматривается два варианта, по которому будет определяться момент заключения договора: или факт получения документа об оплате, или факт получения продавцом сообщения о намерении.

На основании всего вышеизложенного создается закономерный вопрос о том, каким же видом договора считать продажу, заключенную дистанционным способом: с одной стороны данный вид договора будет консенсуальным, а с другой стороны вполне реальным.

Приведем несколько точек зрения ученых. Так, например А.В. Першин [31] убежден, что договор розничной продажи методом дистанционной торговли необходимо считать реальным, потому как он будет считаться заключенным и исполненным именно в момент оплаты товара, о чем мы уже указывали несколько выше в своих размышлениях, приводя в пример не совсем удачное положение п.2 ст. 499 ГК РФ [11], где моментом заключения указан факт передачи.

Иные авторы, однако, считают, что моментов заключения договора дистанционным способом следует считать именно момент вручения курьером, или же в пункте выучи посылок, как например указано в законе, причисляя его к консенсуальному виду. Например, О.А. Белова [4] в подтверждении данного убеждения приводит следующие доводы о том, что намерение, то есть изъявление желания о приобретении товара у покупателя сформировался еще в момент заказа товара в интернет-магазине, и не следует обращать внимания на факт оплаты, где бы она не была совершена – сразу при заказе через Интернет или при получении. Однако, как мы уже указывали ранее, даже факт оплаты не обязывает покупателя принять товар в его «любом виде», например, если он испорчен, имеет нехорошие характеристики, или непристойный вид.

Также, из п. 18 Правил продажи товаров дистанционным способом [39] можно узнать, что обязанность по передаче товара и другие обязательства возникают у продавца с момента получения сообщения от покупателя о намерении заключить договор, то есть с момента заключения договора. Более

того, если внимательно изучить сопряженную сданным пунктом отсылку на Закон «о защите прав потребителей» в п 3 и 4 ст. 26.1, мы увидим следующую формулировку «3. Потребителю в момент доставки товара должна быть в письменной форме предоставлена информация о товаре, предусмотренная статьей 10 настоящего Закона, а также предусмотренная пунктом 4 настоящей статьи информация о порядке и сроках возврата товара [17]. Потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара – в течение семи дней. 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 трех месяцев с момента передачи товара».

Соответственно, законодатель данными тремя нормами из различных источников прав указал, что договор считается исполненным именно в момент вручения, а не принятия покупателем товара. Поясним правильность подобного выбора словосочетания законодателем на следующем примере: в случаях, когда магазин, осуществляющий розничную торговлю дистанционным способом, не имеет своей собственной системы логистики, он вправе заключить договорные отношения со сторонней организацией – логистом. В этом случае, курьер, или же служба доставки осуществляет доставку товара до двери или же до пункта выдачи посылок в ее пунктах выдачи. Этими услугами и пользуется покупатель, заказывая товар, и возможно даже оплачивая доставку. Однако, услуги обратной доставки при отказе в данных договорных отношениях не указаны, не прописаны и не оплачены покупателем, поэтому покупатель должен при вручении принять товар, особенно если он является оплаченным. Если же в силу различные причин, покупатель хочет отказаться от товара, то он должен действовать по инструкции, которая должна быть указана в договоре-оферте на сайте продавца. Курьер, являющийся работником сторонней организации, не имеет полномочий по обратной приемке товара, если то не оговорено договором-

офертой. Если же в договоре значится ситуация, когда претензия должна быть подписана третьим лицом, то в таком случае курьер должен просто засвидетельствовать своей подписью составленную претензию в том, что он действительно подтверждает описанное недовольство заказчика. Но, как правило, в сегодняшний век технологий, факт несоответствия товара подтверждается фотографией, прилагаемой к составленной претензии. «Порядочные» интернет-магазины как правило дорожат своей репутацией и доверием клиентов, поэтому подобные случаи являются скорее исключением, чем обыденностью. К тому же, сейчас повсеместно распространены рейтинги интернет-магазинов, а также даже каталогов и телевизионных программ, которым стоит доверять, а у кого заказы делать лучше не стоит. В этом также заключается одно из достоинств здоровой конкуренции. Иными словами, договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли может быть заключен путём составления одного документа, который будет подписан сторонами, или путём обмена документами посредством почтовой, телеграфной, телетайпной, телефонной, электронной или иной связи, позволяющей достоверно установить, что документ исходит от стороны по договору. В том числе путем передаваемого по каналам связи электронного документа, включая обмен информацией в электронной форме и электронную почту (п. 2 ст. 434 ГК РФ [11]). Из содержания норм, регламентирующих договор розничной продажи дистанционным способом ясно, что законодатель не устанавливает четкой необходимости о договорном заключении письменной сделки, однако, если речь идет о договорных правоотношениях, то она должна быть обязательно заключена в письменном виде, что также следует, что подобные требования должны распространяться на все виды договоров по умолчанию, о чем следует из норм законодательства.

Таким образом, анализ порядка заключения договора розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли позволил сделать выводы о том, что такая торговля обладает рядом специфических особенностей.

Предложение товара в его описании, обращенное к неопределенному кругу лиц, признается публичной офертой, если оно достаточно определено и содержит все существенные условия договора. Ознакомление покупателя с предложенным продавцом описанием товара в каталогах, проспектах, буклетах, представленным на фотоснимках, посредством средств связи или иными способами не является фактом заключения договора, а является первой стадией его заключения, а именно публичной офертой. Второй стадией заключения является акцепт в виде сообщения покупателя о своем намерении приобрести товар. Договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар.

Если обратиться к вопросу о классификации договорных отношений, то их можно подразделить исходя из различных условий, которые будут в приоритете. Например, это может быть классификация по времени заключения характеру договорных отношений, их юридического направления, а также иных условий заключения консенсуса.

Отдельного внимания, прежде всего, заслуживает вопрос об особенностях формы такого договора и его существенных условий. Под существенными законодатель понимает условия о предмете договора, либо условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение (ст. 432 ГК РФ [11]).

Распространение условия о необходимости предмета договора также распространяется и на дистанционный способ продажи розничных товаров, с оговоркой на то, что не любой предмет может выступать в качестве товара для дистанционной продажи.

В соответствии со ст. 500 ГК РФ [11] немаловажным условием

договора выступает также необходимость согласования цены товара. Как следует из ст. 10 Закона «О защите прав потребителей» [17], «Информация о товарах (работах, услугах) в обязательном порядке должна содержать: в том числе, цену в рублях и условия приобретения товаров (работ, услуг), в том числе при оплате товаров (работ, услуг) через определенное время после их передачи (выполнения, оказания) потребителю, полную сумму, подлежащую выплате потребителем, и график погашения этой суммы.

Элементом дистанционной торговли является доставка товара. Поэтому продавец должен предложить покупателю услуги по доставке товара путем его пересылки почтовыми отправлениями или перевозки с указанием используемого способа доставки и вида транспорта. При торговле розничными товарами дистанционным способом, доставка может вообще не быть предложена покупателю, что тоже порождает много недовольства среди них. Покупатель может как добровольно отказаться от доставки, так и магазин дистанционной продажи может просто не иметь подобной услуги, например, речь идет о возможности забрать товар покупателем самостоятельно в пунктах выдачи товара или со склада, когда заказ будет обработан и собран. Об этом покупатель должен быть также обязательно извещен, как правило перед завершением заказа в интернет-корзине магазина.

Относительно момента заключения договора розничной купли-продажи дистанционным способом закон содержит как общие, так и специальные положения. В соответствии с п. 1 ст. 432 ГК РФ [11] договор считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора.

По общему правилу, договор заключается посредством направления оферты (предложения заключить договор) одной из сторон и ее акцепта (принятия предложения) другой стороной (п. 2 ст. 432 ГК РФ, п. 12 Правил [39]). Оферта фактически является выражением стороной своего намерения и

сообщением об этом другой стороне. Предложение, которое содержит в себе все существенные условия и из которого усматривается воля лица заключить договор на указанных в предложении условиях, признается публичной офертой (ст. 437 ГК РФ [11]). Для дистанционной торговли предложение товара в его описании, обращенное к неопределенному кругу лиц, признается публичной офертой, если оно достаточно определено и содержит все существенные условия договора.

Далее следует этап акцепта. Согласно ст. 438 ГК РФ [11] акцептом признается ответ лица, которому адресована оферта, о ее принятии. Акцепт также выражает намерение только одной стороны, но не является односторонней сделкой. Это только часть процедуры заключения двусторонней сделки [25]. В случае, если покупатель передает продавцу сообщение о своем намерении приобрести товар, то в нем должны быть обязательно указаны: полное фирменное наименование и адрес (место нахождения) продавца, фамилия, имя, отчество покупателя или указанного им лица (получателя), адрес, по которому следует доставить товар; наименование товара, артикул, марка, разновидность, количество предметов, входящих в комплект приобретаемого товара, цена товара; вид услуги (при предоставлении), время ее исполнения и стоимость; обязательства покупателя [22].

По общему правилу, по ст. 493 ГК РФ [11] договор розничной купли-продажи считается заключенным в надлежащей форме с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека, электронного или иного документа, которые подтверждают оплату. При этом п. 13 Правил [39] дает альтернативу: исследуемый договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар, что порождает дискуссию о том, какой все-таки договор розничной купли-продажи дистанционным способом: реальный или консенсуальный? Так, И.А.

Бондаренко [5] развивает мысль, что из содержания ст. 493 ГК РФ [11] следует: договор розничной купли-продажи «в сфере дистанционной торговли является реальным, поскольку момент заключения договора есть момент выдачи документа об оплате. По его мнению, в соответствии с законом для заключения такого договора и самого факта выдачи документа об оплате, необходима передача вещи в виде денег, следовательно, такой договор является реальным» [5]. Другие настаивают, что «моментом заключения договора является выдача кассового, товарного чека» [7]. Третьи обозначают его «моментом получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар, что характеризует консенсуальную природу договора, когда четко прослеживается консенсуальность договора» [57].

Так, при изъявлении желания в приобретении товара покупатель уже отправляет потенциально желаемый товар в корзину интернет-магазина. После этого покупатель подтверждает свои намерения формированием заказа и согласованием с условиями доставки, возможно даже выбирая условия доставки из предложенного перечня. После этого, у продавца начинают формироваться обязательства по доставке товара покупателю. Продавец должен, как правило, связаться с покупателем и подтвердить адрес доставки, количество позиций, а также условия в доставке. Уже на этой стадии договор считается заключенным, в соответствии с нормами гражданского законодательства. Момент оплаты товара может быть выбран как при получении, так и непосредственно после оформления заказа. Как указывает правоведы, момент оплаты не так уж важен, однако продавцы считают его иногда принципиальным, указывая единственный способ оплаты дистанционным способом через системы платежей непосредственно сразу после оформления заказа. Покупатель в свою очередь наоборот, более приветствует оплату товара только после того, когда получит его и сможет визуально осмотреть и удостовериться в том, что он соответствует заявленным продавцом требованиям и характеристикам. Этот момент

порождает также много споров и жалоб со стороны покупателей в организации по защите прав покупателей. Относительно этого момента необходимо указать следующие положения. Согласно договорным отношениям, стороны вступают в договор по своему желанию и их правовое положение равно. Если покупатель хочет оплатить товар только после того, как его увидит, это его право. В данном случае важен другой вариант. Продавец требует оплаты товара сразу после оформления заказа потому, чтобы обезопасить себя от возможных возвратов товара надлежащего качества. Не секрет, что многие покупатели «балуются», заказывая много товаров, разглядывают их словно на полках магазина, и за тем отказываются от него, приводя различные отговорки. Не исключены также ситуации демпинга, а также искусственных покупок со стороны «подложных покупателей» с целью причинения вреда интернет-магазину со стороны конкурентов. Выказывая подобные требования магазин не умаляет прав покупателя, потому как покупатель, подразумевается, заказывая товар уже будет согласен на последующую оплату товара. Но подобное требование продавца существенно снижает количество «поддельных» заказов и позволяет сберечь средства продавца на обратную логистику.

Все последующие сопровождающие документы, как например кассовый чек, сообщения на почтовые адреса, телефонные звонки, которые как правило, записываются, оттиски почтовых штемпелей, при заказе через каталоги или почтовые сервисы – все это является подтверждением уже заключённого договора. Эти артефакты имеют большую роль при решении проблем недопонимания или же недовольства одной из сторон в суде. Соответственно, договор может быть заключен как письменно, так и в электронной форме, в том числе, путем подтверждения намерений покупателем через различные системы связи, по электронной почте, что не противоречит положениям ст. 434 Г РФ [11].

Относительно момента исполнения такого договора отметим, что он считается исполненным: «с момента доставки товара в место, указанное в

таком договоре, или по месту жительства (нахождения) покупателя, если договором место передачи товара не определено; с момента выполнения услуг по установке, подключению, наладке и пуску в эксплуатацию отдельных технически сложных товаров, на которые в соответствии с технической и эксплуатационной документацией установлено запрещение на самостоятельное выполнение этих процедур покупателем» [44].

Исходя из положений законодательства, И.В. Козлов [21] сделал вывод о том, что в момент исполнения договора купли-продажи продавец обязан довести до сведения покупателя в письменной форме следующую информацию:

- наименование технического регламента или иное обозначение, установленное законодательством РФ о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара;
- сведения об основных потребительских свойствах товара (работ, услуг), а в отношении продуктов питания – сведения о составе (в том числе наименование использованных пищевых добавок, БАД, информацию о наличии в продуктах питания компонентов, полученных с применением генно- инженерно-модифицированных организмов), пищевой ценности, назначении, об условиях применения и хранения продуктов питания, о способах изготовления готовых блюд, весе (объеме), дате и месте изготовления и упаковки (расфасовки) продуктов питания, а также сведения о противопоказаниях для их применения при отдельных заболеваниях;
- цену в рублях и условия приобретения товара (выполнения работ, оказания услуг);
- сведения о гарантийном сроке, если он установлен;
- правила и условия эффективного и безопасного использования товаров;

- сведения о сроке службы или сроке годности товаров, а также сведения о необходимых действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товары по истечении указанных сроков представляют опасность для жизни, здоровья и имущества покупателя или становятся непригодными для использования по назначению;
- адрес (место нахождения), полное фирменное наименование (наименование) продавца;
- сведения об обязательном подтверждении соответствия товаров (услуг) обязательным требованиям, обеспечивающим их безопасность для жизни, здоровья покупателя, окружающей среды и предотвращение причинения вреда имуществу покупателя в соответствии с законодательством РФ;
- сведения о правилах продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг);
- сведения о конкретном лице, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информация о нем, если это имеет значение исходя из характера работы (услуги); информация о сроках отказа от товара и сроках и порядке возврата товара [27].

Как представляется, автор немного путается в договорах купли-продажи товаров, оказания услуг и выполнения работ, к тому же Правила содержат исчерпывающий перечень сведений, которые продавец должен предоставить.

Таким образом, такая торговля обладает рядом специфических особенностей. Предложение товара в его описании, обращенное к неопределенному кругу лиц, признается публичной офертой, если оно достаточно определено и содержит все существенные условия договора. Ознакомление покупателя с предложенным продавцом описанием товара в каталогах, проспектах, буклетах, представленным на фотоснимках,

посредством средств связи или иными способами не является фактом заключения договора, а является первой стадией его заключения, а именно публичной офертой. Второй стадией заключения является акцепт в виде сообщения покупателя о своем намерении приобрести товар. Правила продажи товаров дистанционным способом устанавливают, что договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека, электронного либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар. Однако сообщение всегда является первичным по отношению к получению документов, подтверждающих оплату, в связи с чем договор должен считаться заключенным только с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар. Полагаем, что для этого необходимо внести изменение в п. 13 Правил и изложить его в следующей редакции: «Договор считается заключенным с момента получения продавцом сообщения покупателя о намерении приобрести товар» [39].

Законодателю необходимо также указать легально закрепленное определение договора розничной купли-продажи дистанционным способом, как это уже было сделано с определением понятия дистанционной торговли как способа розничной купли-продажи. Прежде всего – это будет соглашение между покупателем и продавцом в том, что они согласны на данный вид купли-продажи товаров. Данное соглашение будет заключено с момента получения продавцом сообщения покупателя о намерении приобрести товар и на основании его ознакомления с предложенным продавцом описанием товара, существенными условиями которого являются предмет, цена, информация о товаре и его доставке. Поскольку наличие специфических особенностей, присущих только такому договору розничной купли-продажи, выделяет этот договор в самостоятельную гражданско-правовую сделку, то ее правовые основы должны быть законодательно закреплены.

Таким образом, договор дистанционной купли-продажи товара или же услуги будет считаться исполненным в момент вручения товара покупателю, что соответствует положению п.2 ст. 499 ГК РФ [11], а не как считают иные авторы – в момент оплаты товара после его предварительного осмотра и принятия. При оплате при получении, договор дистанционной продажи следует толковать как косвенную электронную торговлю, потому как оплата все же происходит в режиме «офф-лайн», при личной встрече покупателя и курьера, или же дочном визите покупателя в пункт выдачи товаров. Договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар. Продавцу товаров и услуг дистанционным способом следует считать консенсуальным видом договора, потому как покупатель соглашается с условиями продажи продавца и принимает их, заключая тем самым договор купли-продажи, или не заключая его.

2.2 Особенности изменения и расторжения договора дистанционной торговли товарами и услугами

Согласно статье 310 ГК РФ [11] односторонний отказ от исполнения обязательства и одностороннее изменение его условий не допускаются, за исключением случаев, предусмотренных законом. Односторонний отказ от исполнения обязательства, связанного с осуществлением его сторонами предпринимательской деятельности, и одностороннее изменение условий такого обязательства допускаются также в случаях, предусмотренных договором, если иное не вытекает из закона или существа обязательства.

Поскольку из сторон договора является потребитель-гражданин, не занимающийся предпринимательской деятельностью, следовательно, одностороннее изменение условий допустимо только в случаях, специально

предусмотренных законом. Следовательно, право продавца на одностороннее изменение условий о цене, а также одностороннее расторжение договора должно быть прямо предусмотрено в законе. Общие положения, регламентирующие изменение и расторжения договора закреплены в главе 29 ГК РФ [58].

В соответствии с пунктами 1,2 статьи 450 ГК РФ [11] изменение и расторжение договора возможны по соглашению сторон, если иное не предусмотрено настоящим Кодексом, другими законами или договором. По требованию одной из сторон договор может быть изменен или расторгнут по решению суда только:

- при существенном нарушении договора другой стороной;
- в иных случаях, предусмотренных ГК РФ, другими законами или договором. Существенным признается нарушение договора одной из сторон, которое влечет для другой стороны такой ущерб, что она в значительной степени лишается того, на что была вправе рассчитывать при заключении договора.

В связи с заключением договора купли-продажи дистанционным способом Продавец принимает на себя обязательства по передаче покупателю товара, поименованного им в заявке, по цене, указанной в прейскуранте, а покупатель по принятию товара и уплате установленной денежной суммы [41].

При этом в силу статей 484 и 486 ГК РФ [11] возможность продавца в одностороннем порядке отказаться от исполнения договора связана исключительно с неисполнением покупателем обязанности по принятию товара или его оплате. Ни Гражданский кодекс РФ, ни Закон о защите прав потребителей, а также иные федеральные законы и Правила продажи не предусматривают право продавца на отказ от исполнения принятых на себя обязательств либо одностороннее изменение условий договоров, заключенных с гражданами – потребителями, в том числе в связи с изменением цены товара, за исключением вышеприведенных случаев. В

организации по защите прав потребителей постоянно поступают жалобы от покупателей в том, что продавец не принимает обратно товар, который был приобретен покупателем посредством дистанционной формы продажи. Суть общей жалобы сводится к тому, что покупатели убеждены, что они могут принять товар надлежащего качества, а через некоторое время передумать и вернуть его обратно в интернет-магазин. Как правило, срок возврата составляет намного больше времени, чем это указано в законе «О защите прав потребителей» [17], то есть более 14 дней в момент покупки. В некоторых магазинах указано непосредственно в договоре, что возвращать товар покупатель может в течение 21 дня и более, однако этот срок не может быть менее, заявленного в законе, а если срок больше. То он указывается по усмотрению продавца [9].

Во всех подобных обращениях с жалобами покупатель убежден, что она должен быть прав всегда и не учитывает интересы, или же материальную сторону продавца, например, в затратах на доставку или же отказ. Конечно же, законодатель достаточно часто ставит в приоритет интересы покупателя, но, тем не менее, не стоит забывать о равновесности законодательных положений как в отношении покупателя, так и в отношении продавца. Конечно, же, законодательное обеспечение в области розничной купли-продажи звучит основывается на следующих позициях. Основными нормативными актами, регулирующими правила дистанционной торговли, являются Закон РФ от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» [17].

На основании указанных нормативных актов покупатель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи и в течение 7 дней после его передачи, а в случаях не предоставления в письменном виде информации в момент его доставки о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества – в течение 3 месяцев с момента передачи товара. При этом возврат товара надлежащего качества возможен в случае, если сохранены его товарный вид, потребительские свойства, а также документ,

подтверждающий факт и условия покупки указанного товара [39]. В случае отказа покупателя от товара продавец должен возвратить сумму, уплаченную покупателем в соответствии с договором, за исключением расходов продавца на доставку от покупателя возвращенного товара, не позднее чем через 10 дней с даты предъявления покупателем соответствующего требования. Необходимо также учитывать, что покупатель не вправе отказаться от товара надлежащего качества, имеющего индивидуально-определенные свойства, если указанный товар может быть использован исключительно приобретающим его потребителем.

В соответствии со ст. 450 ГК РФ [11] изменение и расторжение договора возможны по соглашению сторон, если иное не предусмотрено ГК РФ [11], другими законами или непосредственно заключенным договором. Также следует дифференцировать прекращение расторжение договора купли-продажи. Расторжение договора купли-продажи – это волевой акт, направленный на прекращение неисполненного надлежащим образом договора. Расторжение договора купли-продажи происходит: по соглашению сторон; по инициативе одной из сторон (через суд или без его участия); по требованию государственного органа (например, антимонопольные органы); в иных случаях, предусмотренных договором и ГК РФ [11]. Ст. 451 ГК РФ [11] содержит положения об изменении и расторжении договора в связи с существенным изменением обстоятельств. Существенным признается нарушение договора одной из сторон, которое влечет для другой стороны такой ущерб, что она в значительной степени лишается того, на что была вправе рассчитывать при заключении договора. Обстоятельства в этом случае изменяются после заключения договора настолько радикально, что, если бы стороны могли это разумно предвидеть, договор вообще не был бы ими заключен или был бы заключен на значительно отличающихся условиях.

Приведем пример из судебной практики. Так, гражданка обратилась с требованием в суд о расторжении договора связи, в котором усмотрела существенные нарушения договорных отношений со стороны продавца. Как

следовало из содержания уже заключенного договора оказания услуг, продавец обязан доставить товар в течение 10 дней после оплаты покупателем товара на расчетный счет в банке. Деньги были получены, но товар до настоящего времени обращения в суд передан не был. В таких случаях, суд безоговорочно принимает позицию покупателя, взыскивает с ответчика денежные средства, переданные по договору, а также неустойку, компенсацию морального вреда и расходы на оплату услуг представителя (адвоката).

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

Примечательно, но содержание закона «О защите прав потребителей» [17] не предусматривает нормативного закрепления процедуры возврата денег и товаров продавцом и покупателем, в ситуациях расторжения договора купли-продажи товаров и услуг, совершенных дистанционным способом. Как мы уже указывали ранее, в данном случае должны быть применены нормы, распространяющиеся на обычный договор купли-продажи. Так, в законе указано, что возврат денежных средств и товаров должен быть осуществлен не позднее, чем в 10 дневной срок после соответствующего заявления одной из сторон. При этом, многие продавцы злоупотребляют незнанием положений закона «О защите прав потребителя» [17] и заставляют покупателя возвращать товар за свой счет, что противоречит нормам закона. Если же товар или услуга не была оказана, продавец несет ответственность с соответствия с законом «О защите прав потребителей» [17].

Еще одним дискуссионным вопросом и причиной для многочисленных заявлений жалоб в организации по защите прав потребителей является претензии продавцом о том, почему должны принимать возвраты товаров

надлежащего качества в 14 дневной срок, ведь об этом прямо заявлено в законе «О защите прав потребителей» [17], даже если они подпадают в специальный Перечень непродовольственных товаров, не подлежащих возврату. Все дело в том, что по этому поводу нет прямого указания в законодательстве, регулируемом дистанционную форму продаж розничных товаров. Соответственно, суд в отсутствие подобного установления руководствуется принципом: «разрешено все, что не запрещено». И потому продавец должен принимать любой товар, проданный посредством дистанционной формы продажи. В данном случае, мы считаем, что необходимо внести соответствующие корректировки в нормы закона и указать, что подобные ограничения возврата распространяются также и на позиции, проданные дистанционным способом, особенно если товар является технически сложным.

В настоящее время продавцы стараются все подобные дискуссионные моменты предугадать в своем договоре дистанционной продажи, но до недавнего времени покупатель пользовался этим нормативным недочетом законодательства в области дистанционной купли-продажи розничных товаров. Приведем пример из судебной практики. Так, покупатель приобрел дистанционным способом ноутбук. При доставке данного товара покупатель осмотрел внешний вид и пришел к выводу о его соответствии заявленным характеристикам, однако не убедился в том, что ноутбук рабочий. После подписания соответствующих бумаг о принятии товара, соответственно после оплаты товара, покупатель начинает его включать и видит, что ноутбук имеет сильные дефекты экрана, который или поврежден при транспортировке, или же имеет заводской брак. В данном случае возникает закономерный вопрос - имеет ли покупатель в этом случае отказаться от товара, и заявить о его непригодных характеристиках? Весь вопрос в том, что документы о соответствии уже подписаны, и в этом случае интернет-магазин будет убеждать, что дефекты были образованы уже после вручения товара, и соответственно дефекты были причинены уже самим покупателем. Данном

случае, покупатель, не найдя языка компромисса с продавцом был вынужден обратиться в суд, который занял позицию истца. Суд принял позицию истца, а продавцу пояснил следующее: потому как товар был продан посредством дистанционной торговли, был заключен договор публичной оферты, в соответствии с положениями которого товар должен соответствовать заявленным продавцом характеристикам. Факт заключенного договора подтверждается контрольно-кассовым чеком. Не смотря на тот факт, что ноутбук включен в Перечень технически сложных товаров, не подлежащих возврату, суд обязал вернуть деньги, или же предоставить исправленный товар покупателю на том основании, что товар не соответствует заявленным характеристикам и не может быть использован по назначению. Естественно, во избежание злоупотребления, суд должен удостовериться в том, что ноутбук не был в эксплуатации и его товарный вид сохранен.

Таким образом, основные причины расторжения или же изменения договора розничной купли продажи дистанционным способом сводятся в основном в тому, что проданный товар не соответствует своим характеристикам или же функционально не имеет своего товарного вида, заявленного продавцом. У покупателя также есть право отказаться от товара в течение 7 дней без объяснения причины в соответствии с положениями закона «О защите прав потребителей» [17]. У продавца имеется гораздо меньше претензии к покупателю, потому что обязанность покупателя сводится только к своевременной оплате товаров и услуг. В законе не закреплен порядок возврата денег и товара продавцом и покупателем при расторжении договора купли-продажи, но урегулирован срок такого возврата - не позднее, чем через 10 дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования. На практике это создаёт определенные трудности. Представляется, что возврат должен осуществляться тем же способом, что и внесение оплаты. Так как покупки могут оплачиваться с банковского счета, то возврат денежных средств занимает определенное время, которое в отдельных случаях может превышать 10 дней. Но

обязанность продавца по возврату денежных средств будет исполнена ранее, чем они поступят на счет покупателя. Условия договора, ущемляющие права потребителя по сравнению с правилами, установленными Законом РФ «О защите прав потребителей» [17] признаются недействительными.

2.3 Обеспечение исполнения обязательств при реализации дистанционной торговли товарами и услугами

При заключении договора дистанционной купли-продажи товаров, как покупатель, так и продавец испытывают определенный дискомфорт, связанный с уверенностью в обеспечении обязательств, стороной – оппонентом. Именно эта неуверенность является основой для многочисленных споров по вопросам оплаты – при оформлении товара, или же при его получении, а также в вопросах возможного возврата.

В связи с заключением договора купли-продажи дистанционным способом продавец принимает на себя обязательства по передаче покупателю товара, поименованного им в заявке, по цене, указанной в прейскуранте, а покупатель по принятию товара и уплате установленной денежной суммы [41].

При этом в силу статьей 484 и 486 ГК РФ [11] возможность продавца в одностороннем порядке отказаться от исполнения договора связана исключительно с неисполнением покупателем обязанности по принятию товара или его оплате. Ни Гражданский кодекс РФ, ни Закон «О защите прав потребителей» [17], а также иные федеральные законы и Правила продажи не предусматривают право продавца на отказ от исполнения принятых на себя обязательств либо одностороннее изменение условий договоров, заключенных с гражданами – потребителями, в том числе в связи с изменением цены товара, за исключением вышеприведенных случаев. В целях информирования и недопущения фактов нарушения прав потребителей при осуществлении покупок товаров дистанционным способом Управление

разъясняет. Основными нормативными актами, регулирующими правила дистанционной торговли, являются Закон РФ от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» [17].

На основании указанных нормативных актов покупатель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи и в течение 7 дней после его передачи, а в случаях не предоставления в письменном виде информации в момент его доставки о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества – в течение 3 месяцев с момента передачи товара. При этом возврат товара надлежащего качества возможен в случае, если сохранены его товарный вид, потребительские свойства, а также документ, подтверждающий факт и условия покупки указанного товара [39].

В случае отказа покупателя от товара продавец должен вернуть сумму, уплаченную покупателем в соответствии с договором, за исключением расходов продавца на доставку от покупателя возвращенного товара, не позднее чем через 10 дней с даты предъявления покупателем соответствующего требования. Необходимо также учитывать, что покупатель не вправе отказаться от товара надлежащего качества, имеющего индивидуально–определенные свойства, если указанный товар может быть использован исключительно приобретающим его потребителем.

Кроме того, низкая осведомленность покупателей в сфере особенностей торговли с применением дистанционных форм продаж порождает большое количество дискуссионных и спорных моментов. Спорность по вопросам правового обеспечения также добавляют и неясности в законе, а также проблема проведения аналогии права, которая часто присутствует при правовом обеспечении договора розничной купли-продажи дистанционным способом.

Сегодня первое место дистанционным способам продаж занимают продажи через сеть Интернет, нежели почтовые, телевизионные и каталожные продажи. Поэтому законодатель для нужд подобных общественных отношений привнес соответствующие законы, Правила и

инструкции. В нормы права были внедрены такие понятия как «информационно-телекоммуникационная сеть Интернет» и «технологическая система»».

Сеть Интернет приобрела в настоящее время особую значимость и заняла центральное место в сфере дистанционной купли-продажи, увеличив в разы покупательскую способность и выручку от продаж [63].

Представленные каталоги интернет-магазинов содержат подробную информацию о содержании предоставляемых товаров услугах, позволяя получить исчерпывающую информацию о предполагаемом товаре. Кроме того, продажи через сеть Интернет характеризуются еще и возможностью обратной связи, которая почти отсутствует у почтовых, теле, ради и иных дистанционных способах продажи.

Все же, очевидно в связи с достаточной молодостью дистанционной формы продаж на сегодняшний момент нормативное регулирование данных правоотношений в российском законодательстве характеризуется прибыльностью и казуистичностью. Возможно, на решении данного рода проблемы положительно скажется принятие соответствующего закона «Об электронной торговле» [42], где будут изложены отличные от общих норм правила торговли в этой сфере. Последующая интенсивная востребованность в данном виде договора в ближайшие годы выявит все неоднозначные моменты и позволит внести коррективы, которые будут более точно отражать правовое регулирование в данной сфере.

Конечно же, особую роль играет и право порядочность со стороны как покупателей, так и интернет-магазинов, которые заботясь о своей репутации поступают законным образом и не практикуют недобросовестна поведение, а возникающие спорные момент стремятся урегулировать мирным путем. В большинстве случаев сделки дистанционной купли продажи происходят плодотворным образом, выгодным для обеих сторон, и лишь часть из них встречает некие препятствия, такие как несвоевременная плата со стороны покупателя, или же задержка отправки товара продавцом, или вовсе ее

отсутствие

В таких ситуациях эффективной мерой становятся эффективные правовые инструменты, указанные в соответствующих законных актах, юридическая ответственность, предусмотренная за неисполнение обязательств одной из сторон, что также указывается в соответствующем разделе договора.

Стоит указать на условность термина «способы обеспечения исполнения». Среди ученых они определяются и как «искусственные приемы для доставления обязательственному праву той твердости, которой недостает ему по существу» [44] и как «средства обеспечения обязательств» [57]. Как справедливо отмечено, понятие способа обеспечения исполнения обязательства является многогранным, и зависит от того, с какой стороны его оценивать. Способы обеспечения исполнения обязательств выступают, прежде всего, как правовые средства, под которыми в общем смысле понимают определенные правовые инструменты, с помощью которых участники гражданских правоотношений могут решать возникающие перед ними правовые задачи. Обеспечительная деятельность всегда связана с конкретными носителями прав и обязанностей и имеет свои средства воздействия. Несмотря на многообразие способов обеспечения исполнения обязательств, всем им присущи общие черты, а именно: «они должны быть предусмотрены в законе или в договоре и связаны с основным обязательством, представляя собой дополнительную меру, повышающую его надежность. Основной задачей способов обеспечения исполнения обязательств является как стимулирование должника к надлежащему исполнению обязательств, так и защита интересов кредитора и возмещение причиненных убытков. Так, среди функций, которые присущи способам обеспечения исполнения обязательств выделяют стимулирующую, плескательную, обеспечительную, компенсационную и штрафную. Выделяют и иные функции, например, стимулирующую (до нарушения), защитную (после нарушения), принудительную для должника и

компенсационную для кредитора, а восстановительную - для всех» [32].

Особым средством подтверждения серьезности намерений обеих сторон и повышения уверенности в чистоте сделки можно подложить воспользоваться заключением договора условного депонирования (эскроу), а также применение сервисов безопасных сделок, с участием посредников (агрегаторов).

Несмотря на то, что в судебная практика не является источником права в отечественной системе права, тем не менее, нижестоящие суды руководствуются обзорами судебной практики для разбирательств дел. Так, можно выделить Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» [32]. Контроль за соблюдением Правил продажи дистанционным способом возложен на Федеральную службу по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, территориальным органам Роспотребнадзора, которые в рамках своей компетенции могут принимать не только меры административного воздействия, но и предъявлять иски в суды о признании действий продавца противоправными в отношении неопределенного круга потребителей. Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (сокращённо — Роспотребнадзор) была создана Указом Президента от 09.03.2004 № 31413 [47]. Она принимает рассмотрение жалобы и обращения граждан, а также разрешает вопросы о возбуждении дел об административных правонарушениях. В своей деятельности Роспотребнадзор исходит из того, что требования потребителей имущественного характера подлежат рассмотрению только в рамках гражданского судопроизводства и в административном порядке рассматриваться не должны. В целях профилактической работы, направленной на предупреждение и пресечение нарушений прав потребителей при дистанционной продаже товаров, территориальные органы Роспотребнадзора организуют в СМИ регулярное информирование

потребителей о соответствующих новациях законодательства о защите прав потребителей в сфере дистанционной торговли.

В качестве особенности таких отношений, можно выделить и то, что Закон «О защите прав потребителей» [17] закрепляет целый ряд преференций для потребителей как объективно более слабой стороны в соответствующих правоотношениях, нуждающейся в дополнительных гарантиях защиты собственных прав и интересов, предоставленных потребителям Гражданским кодексом Российской Федерации и иными нормативными правовыми актами.

В этой связи можно отдельно выделить особую специфику применения гражданского законодательства в сфере регулирования правовых отношений в сфере розничной купли-продажи дистанционным способом. Особую роль, а в данном случае приобретает письменная форма договора, в которой обязательно будут прописаны соответствующие обязательства и ответственность сторон. Несомненно, положения Закона «О защите прав потребителей» [17] также имеет в своем арсенале перечень мер, но для такого количества разнообразия правоотношений он будет скудноват. В качестве примера можно привести указанную в законе, а также в положения гражданского кодекса РФ неустойку, пени и различные штрафы. Однако данные меры в основном применяются для защиты покупателей, но не обеспечивают полноценной защиты продавца. Как показывает статистика правоприменительной практики, суды редко уменьшают размеры предъявляемой неустойки (ст. 333 ГК РФ [11]), только в исключительных случаях.

Применение штрафных санкций также является достаточно спорным по эффективности методам обеспечения обязательств ввиду их малых размеров.

Среди особых инструментов при защите нарушенных прав можно выделить свободу потребителя при выборе вида защиты для защиты нарушенных прав в судебном порядке. Например, иск может быть подан как по месту жительства истца, так и по адресу организации, к которой

предъявляются претензии, а также по иным адресам, которые будут удобны покупателю (истцу).

Таким образом, на современном этапе развития юридической науки, правовые вопросы становления законодательства о защите прав потребителей в Российской Федерации являются очень актуальными. Это связано с тем, что существует достаточно широкое число нормативных актов, регулирующих отношения в сфере розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли. В системе правового регулирования таких отношений существует множество пробелов, а также несогласованность отдельных нормативных актов между собой. На современном этапе существует острая необходимость переработки указанного законодательства, внедрения четкой и единой терминологии. Усовершенствование законодательства о защите прав потребителей должно происходить с учетом особенностей таких правоотношений и с учетом современных тенденций развития информационных технологий.

Глава 3 Электронный документ и обеспечение безопасности персональных данных при реализации дистанционной торговли товарами и услугами в Российской Федерации

3.1 Правовое обеспечение электронного документа при реализации дистанционной торговли товарами и услугами

Некоторые ученые убеждены, что на каждый бумажный договор, равно как и на договор дистанционной купли-продажи, необходим самостоятельный полноценный правовой акт в виде закона, равно как и бумажный экземпляр заключенного договора, вне зависимости от характера его природы- дистанционной или реальной. Данные ученые сетуют на то, что каждое легитимное правило необходимо разрозненно искать в дифференцированных правовых актах, что ведет к путанице и отсутствию легкого доступа. Мы считаем, что подобной необходимости нет, поскольку грамотный юрист сможет сориентироваться в аналогичных нормах и дать правильную консультацию, или же юридическое сопровождение. Конечно же, иметь самостоятельный закон под каждый случай – это удобно, но при таком раскладе мы будем иметь чрезвычайно разросшийся нормативно-правовой аппарат, многие нормы которых повторяют друг друга из закона в закон. Более целесообразно при подобных трудностях воспользоваться специальными тематическими книгами, которые вбирают в себя правовые источники, регулирующие правоотношения в конкретной сфере.

Договор считается заключенным, когда вторая сторона принимает предложение. Договор дистанционной купли-продажи считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю электронного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом электронного сообщения о намерении покупателя приобрести товар. По общему правилу продавец обязан передать товар покупателю в порядке и в сроки, которые установлены в договоре [39]. В том случае, если

договор заключен с условием о доставке товара покупателю, продавец обязан в установленный договором срок доставить товар в место, указанное покупателем, а если место доставки покупателем не указано, то место жительства последнего. Для доставки товаров в указанное покупателем место продавец может использовать услуги третьих лиц – торговых посредников или специальных структурных подразделений компаний, осуществляющих электронную торговлю, – с обязательным информированием об этом покупателя.

После активного развития своей покупательской характеристики, крупные интернет-компании начали прикладывать усилия по эффективной экономии средств логистики, создавая свои собственные службы доставки, что позволяет сэкономить им до 30% прибыли [18]. При оплате так называемых «мягких товаров» возможно воспользоваться услугами кредитных карт, или же системой электронных платежей, что будет означать принятие соответствующего акцепта конклюдентных действий, после чего договор, заключенный в дистанционной форме, будет считаться заключенным. В то же время, у интернет-магазинов также имеется услуга оплаты при получении товара или заказа, когда покупатель сам увидит и убедиться в соответствии товара характеристике, заявленной на платформе интернет-магазина. В этом случае акцептом будет служить не факт оплаты заказа при оформлении его на сайте магазина, а нажатие кнопки «заказать», или же подтверждение заказа посредством ответа на звонок оператора. В принципе, эти действия вполне соответствуют требованиям, указанным в п.3 ст. 438 ГК РФ [11]. После доставки товара в пункт выдачи, или же курьером, покупатель оплачивает и получает свой заказ и товарный или кассовый чек, что является подтверждением выполнения договорных обязательств.

В тоже время следует учесть и точку зрения В.И. Цыганова [57], который указывает на возможность покупателя заключить договор дистанционного характера различными путями: это может быть электронная подпись, собственноручная подпись, отсканированная в соответствующий

файл или же электронное заключение договора путем проставления «галочки» в соответствующее поле о согласии на заключение договора. При этом, в полной мере можно утверждать, что на договор, заключаемый дистанционным способом, распространяются нормы, применимые к письменному виду гражданского договора.

Выше мы упоминали об электронной форме заключения договора, которая в настоящее время применяется может быть даже чаще, чем традиционная, однако если проанализировать законодательство, то мы не увидим закрепленного определения «электронной формы договора», даже в нормах Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [53]. В данном правовом акте возможно лишь указать на п.11.1 ст.2, в котором содержится содержательная характеристика электронного документа. Согласно норме, «электронный документ - документированная информация, представленная в электронной форме, то есть в виде, пригодном для восприятия человеком с использованием электронных вычислительных машин, а также для передачи по информационно-телекоммуникационным сетям или обработки в информационных системах». Следовательно, если совместить вышеуказанные два понятия и применить их к содержанию статьи 434 ГК РФ [11], можно сделать вывод о том, что электронная форма договора – это один из видов письменной формы договора, которая заключена с некоторыми особенностями, а именно с заключением договора дистанционно, то есть удаленно и без личного контакта между продавцом и покупателем посредством отсканированной подписи покупателя, электронной подписи, или же заключения договора непосредственно на сайте продавца.

Также, существует специализированный Федеральный закон «Об электронной подписи» [49]. Согласно п.1 ст. 2 «электронная подпись - информация в электронной форме, которая присоединена к другой информации в электронной форме (подписываемой информации) или иным образом связана с такой информацией, и которая используется для

определения лица, подписывающего информацию». Примечательно, но данный законодательный акт имеет достаточно большой объем и пространное содержание, для регулирования лишь одной нормы – об электронной подписи. К тому же ст. 6 ФЗ «Об электронной подписи» [49] также указывает на факт юридической силы документа, подписанного электронной подписью: «Информация в электронной форме, подписанная квалифицированной электронной подписью, признается электронным документом, равнозначным документу на бумажном носителе, подписанному собственноручной подписью, и может применяться в любых правоотношениях в соответствии с законодательством Российской Федерации, кроме случая, если федеральными законами или принимаемыми в соответствии с ними нормативными правовыми актами установлено требование о необходимости составления документа исключительно на бумажном носителе». Все последующие сопровождающие документы, как например кассовый чек, сообщения на почтовые адреса, телефонные звонки, которые как правило, записываются, отиски почтовых штампов, при заказе через каталоги или почтовые сервисы – все это является подтверждением уже заключённого договора. Эти артефакты имеют большую роль при решении проблем недопонимания или же недовольства одной из сторон в суде. Соответственно, договор может быть заключен как письменно, так и в электронной форме, в том числе, путем подтверждения намерений покупателем через различные системы связи, по электронной почте, что не противоречит положениям ст. 434 Г РФ [11].

Согласно Федеральному закону от 06.04.2011 № 63-ФЗ «Об электронной подписи» [49], «информация, представленная в электронной форме, которая присоединяется к другой электронной подписываемой информации или иным образом связана с такой информацией, и которая используется для определения лица, подписывающего информацию, является электронной подписью» [49]. Информация, заверенная электронной подписью, как мы уже казали выше, не противоречит нормам акона и на всех

основаниях является полноценным юридически документом. Также, можно использовать договоры, которые будут заверенный электронной формой подписи.[50]. Тогда можно заменить электронный документ обычной пересылкой информации по электронной почте. Также вместо подписи часто используют ее аналог – факсимиле. Это специальное копирование на носитель оттиск росписи, который возможно воспроизводить посредством его копирования, наподобие печати. Использование факсимиле также регулируется соответствующими пунктами закона (ст. 160 ГК РФ) [31].

Таким образом, закон не запрещает использовать ни электронную подпись, и электронные документы в качестве подтверждения заключенного договора о покупке товара. Действующие нормы закона также позволяют иметь в электронном виде договор без подписей, но при обязательном наличии письменного договора, который будет заверен подписями с обеих сторон, о чем необходимо прописать соответствующий пункт в содержании данного договора. Кроме того, помимо электронного договора, заключенного одним из вышеописанных случаев, фактом заключения сделки является чек, который также может быть представлен как в электронном виде, так и в бумажном. Многие покупатели упускают этот факт из своего поля зрения, после чего не имеют подтверждающих документов на руках, ошибочно полагая, что счет-фактура, которая также сопровождает вручаемых товар является одновременно и чеком на покупку. Это мнение ошибочно, потому что под видом счет фактуры может быть признан обычный лист бумаги с перечнем заказываемых позиций. Документ, имеющий юридическую силу, должен быть обязательно заверен печатью, а лучше, чтобы к нему был прикреплен чек.

Помимо самоизоляции во время коронавирусной инфекции в результате санкций страна испытывала какое-то время дефицит бумаги, в том числе и для печати чеков. Это время послужило внедрению и уже закреплению практики, при которой практически все магазины перешли на электронную форму кассовых чеков, которую они отсылают сразу после

совершения покупки.

Однако, во всех случаях, Интернет-магазин должен иметь кассовый аппарат, вне зависимости от способов используемых расчетов. Это могут быть банковские карты, наличные или же иные средства совершения электронного платежа. Согласно новой редакции п. 5.3 ст. 1.2 Федерального закона от 22.05.2003 № 54 «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации» [51] покупатель может по своему усмотрению отправить чек себе на электронную почту, что также является полноценным юридическим документом совершенной сделки купли-продажи, а также исполненным договором.

Таким образом, даже при дистанционной торговле продавец должен иметь кассовый аппарат. Распечатанный список заказанных позиций без синей печати нельзя воспринимать в качестве платежной ведомости. К любой покупке дистанционным способом должен быть приложен чек, возможно пересылка чека электронным способом по желанию покупателя. Прогрессирующие общественные отношения заставляют соответствовать новым тенденциям и применять нововведения в соответствии не только с новой экономической средой, но и объективными факторами, такими как самоизоляция и повсеместно распространение дистанционной формы продажи товаров, что в свою очередь также требует корректировки существующего законодательства в области обеспечения правовой торговли данным способом, а также внесение новых понятий и терминов в легитимный оборот законодательства.

3.2 Вопросы правовой защиты персональных данных при реализации дистанционной торговли товарами и услугами

В самом общем виде можно заявить, что при дистанционной форме продажи продавец не имеет первостепенной цели накопления персональных данных. Однако, подписываясь на рассылки о продавце, сообщая ему свои

данные, такие как фамилию, сотовый телефон, электронный ящик, покупатель постепенно формирует для продавца собственную карточку, из которой продавец может понять предпочтения, вкусы и иную информацию, которую он будет использовать для последующих рассылок и предложений. В этом случае уже можно утверждать, что продавец все же накапливает и обрабатывает персональные данные своих клиентов.

В таком случае обработка персональных данных также должна соответствовать ее нормативному предписанию, которое устанавливается законодателем в соответствующем правовом акте – ФЗ № 152-ФЗ «О персональных данных» [54]. Как следует из п.2 ст. 3 данного ФЗ «государственный орган, муниципальный орган, юридическое или физическое лицо, самостоятельно или совместно с другими лицами организующие и (или) осуществляющие обработку персональных данных, а также определяющие цели обработки персональных данных, состав персональных данных, подлежащих обработке, действия (операции), совершаемые с персональными данными» - именуется операторами по обработке персональных данных. Соответственно, такие лица обязаны соблюдать все предписания, указанные в законе. Среди действий, которые необходимо совершить в обязательном порядке числятся следующие:

- необходимо уведомить Роскомнадзор в том, что продавец намеревается осуществлять обработку персональных данных еще на этапе планирования, как это заявлено в ч.1 ст. 22 ФЗ «О персональных данных»;
- необходимо разработать и опубликовать в соответствующем разделе на сайте интернет-магазина, а также в иных доступных для покупателя местах, например если речь идет о почтовой или телевизионной продаже, документ, в котором будет изложена политика организации в отношении обработки персональных данных и сведениях, которые устанавливаются при их обработке и последующей защите. Доступ к данной информации должен

осуществляться беспрепятственно со стороны покупателя;

- потенциальный покупатель должен иметь возможность принять условия обработки персональных данных интернет-магазином, или иной организацией, осуществляющей дистанционные продажи в соответствии с ч. 1 ст. 6, ч. 1 ст. 9 ФЗ «О персональных данных» [54].

В практической деятельности магазинов, реализующих дистанционную форму продаж очень часто можно заметить, что вся информация, которая сообщает об обработке персональных данных сводится к тому, что в бланке заказа покупатель должен поставить соответствующую галочку, однако это действие будет неверным. В данном случае покупатель не видит содержания документа о содержании политики обработки персональных данных в данной организации, более того, покупатель зачастую не имеет возможности ознакомиться с данным документом, что по сути является серьезным нарушением со стороны продавца и влечет соответствующую юридическую ответственность. Как следует из содержания п.1 ст. 3 ФЗ «О персональных данных» [54] «персональные данные - любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу (субъекту персональных данных)». Соответственно, получая любую информацию о покупателе, продавец уже накапливает соответствующие данные о нем и согласно ФЗ «О персональных данных» [54] продавец не имеет права накапливать и обрабатывать персональные данные без разрешения покупателя, которое он должен изъяснить, например путем проставки «галочки» в соответствующем поле, а также не имеет права передавать эту информацию третьим лицам.

В отношении вопроса распространения персональных данных проблема считается весьма актуальной. Несмотря на то, что клиенты проставляют галочки о своей согласии на обработку персональных данных, мало кто читает содержание политики организации. В данной политике может быть указано, что покупатель, соглашаясь с политикой обработки

данных также соглашается на сообщение своих данных «партнерам организации», что также недопустимо в соответствии с нормами ФЗ «О персональных данных» [54]. Проблема также остается актуальной и потому, что вслед за сообщением данных для одной организации, она «легко» передается иным организациям, и так по цепочки. В результате гражданин страдает от обширного заброса в его адрес «спама» - нежелательных предложений и навязчивых звонков, которые предлагают ему разнообразные услуги. При том, данным «недугом» страдают и крупные, «уважающие» себя организации и магазины, в том числе даже банки.

Даже несмотря на штрафы и ограничения, организации продолжают заниматься данным противозаконным действием. По нашему мнению, размер существующего наказания в случае выявления подобных нарушения для организаций весьма мала. Например, если у магазина дистанционной торговли будет отсутствовать в свободном доступе для покупателя политика в области обработки персональных данных, то магазину придется заплатить штраф в размере от 5 000 до 30 000, в зависимости от формы организации – ИП или же ООО (в соответствии со ст. 13.11 КоАП РФ [20]). За сбор и последующую обработку и накопление персональной информации индивидуальный предприниматель заплатит уже от 10 000 до 20 000, а ООО может грозить до 75 000руб. Соответственно, если оштрафовали за вышеописанные правонарушения, скорее всего дистанционный торговец никого не утомлял в Роскомнадзоре о своих намерениях, за что он также должен будет заплатить штраф в размере от 500 до 5 000 руб. Даже в ст. 4 ФЗ «О персональных данных» [54] указано, что «Законодательство Российской Федерации в области персональных данных основывается на Конституции Российской Федерации и международных договорах Российской Федерации и состоит из настоящего Федерального закона и других определяющих случаи и особенности обработки персональных данных федеральных законов.

На основании и во исполнение федеральных законов государственные органы, Банк России, органы местного самоуправления в пределах своих полномочий могут принимать нормативные правовые акты, нормативные акты, правовые акты (далее - нормативные правовые акты) по отдельным вопросам, касающимся обработки персональных данных. Такие акты не могут содержать положения, ограничивающие права субъектов персональных данных, устанавливающие не предусмотренные федеральными законами ограничения деятельности операторов или возлагающие на операторов не предусмотренные федеральными законами обязанности, и подлежат официальному опубликованию». То есть данная статья содержит исчерпывающий список правовых актов, которые регулируют вопросы обеспечения персональных данных, что, по нашему мнению, является чрезвычайно скудным.

Начиная с 1 марта 2023 года действует нововведение о том, что если продавцу необходимо внести изменения в данные уведомления об обработке персональных данных, то обо всех изменениях, которые произошли в течение месяца, необходимо будет сообщить не позднее 15-го числа следующего месяца, что указано в нормах ФЗ «О персональных данных» [54]. Обработка персональных данных будет законна, если будет совершена с согласия субъекта, соответствует целям обработки и не выходит за их рамки закона. Если для совершения покупки покупатель должен осуществить оплату по карте онлайн, очевидно, что требовать сведения о его поле, возрасте, национальности, вероисповедании излишне. Кроме того, пользование данными не может производиться во вред покупателю, сведения (кроме специально оговоренных) — предоставляться в свободный доступ. Законом запрещено при обработке данных нарушать закон, что, в общем, само собой разумеется.

Обработка данных с точки зрения закона делится на две категории: обработка «вручную», то есть конкретными лицами (например, отдел кадров, отдел по работе с клиентами) и автоматизированная обработка (с помощью

компьютерных программ и систем; например, создание автоматизированной базы данных клиентов, хранение в «личных кабинетах клиентов» сведений об их заказах, автоматическая привязка номеров карт к профилю и т.д.). В любом из этих случаев информирование клиента о том, какая информация и зачем будет храниться в магазине — обязательно. При этом следует понимать, что с точки зрения закона оператор персональных данных в любом случае вы, а ваш сайт, который автоматизирует обработку данных, будет считаться «информационной системой персональных данных» и на него будут распространяться соответствующие требования закона о таких системах. Кроме того, с 2022 года разрешено осуществлять обработку персональных данных своих клиентов не самостоятельно, а поручить ее третьим лицам. В таком случае на такую обработку нужно будет получить разрешение клиента. Третье лицо обрабатывает персональные данные на основании поручения оператора и получать согласие субъектов данных не обязано.

В поручении оператора должны быть определены: перечень персональных данных; перечень действий (операций) с персональными данными; цели обработки; должна быть установлена обязанность третьего лица соблюдать конфиденциальность персональных данных; обязанность по запросу оператора подтвердить, что процесс обработки данных соответствует закону и их безопасность обеспечена. При этом ответственность за обработку данных нести будет все равно оператор обработки, а не третье лицо, которому дано поручение. Запрещено обрабатывать персональные данные, касающиеся расовой, национальной принадлежности, политических взглядов, религиозных или философских убеждений, состояния здоровья, интимной жизни (кроме случаев, когда сам человек в письменной форме дал согласие на такую обработку или сам сделал эти данные общедоступными).

После вступления в действия «Правил продажи по договору розничной купли-продажи» [39] покупатель больше не обязан предоставлять продавцу свои фамилию, имя, отчество и адрес доставки товара, как это было раньше.

Теперь продавец обязан заключить договор с любым, кто выразит такое желание на условиях оферты продавца. При этом договор будет считаться заключенным именно с момента выражения желания (и/или оплаты товара), а не в момент предоставления этих данных. При этом покупатель может при заказе указать свой адрес для доставки, но может предпочесть и конкретный пункт выдачи. Свои реквизиты фамилии и имени ему указывать тоже не нужно — согласно норме, доставленный товар передается потребителю по указанному им адресу, а при отсутствии потребителя – любому лицу, предъявившему информацию о номере заказа, либо иное (в том числе электронное) подтверждение заключения договора розничной купли-продажи или оформление заказа. Однако, если товар маркирован как имеющий ограничения по возрасту, то на сайте он должен быть скрыт до момента фактического подтверждения возраста покупателя (например, покупатель должен нажать кнопку «Мне есть 18 лет»).

В любом случае перед совершением договора покупатель должен согласиться предоставить продавцу свои данные в тех рамках, которые действительно нужны для заключения договора. Такое согласие разрешено получать в любой форме, однако оно должно быть конкретным, предметным, информированным, сознательным и однозначным. То есть потребитель должен понимать, какие данные обрабатываются и с какой целью. Кроме того, появился еще один вид согласия – это согласие на распространение персональных данных. Согласие на обработку персональных данных, разрешенных субъектом персональных данных для распространения, оформляется отдельно от иных согласий субъекта персональных данных на обработку его персональных данных. В этом согласии нужно дать возможность субъекту самостоятельно определить перечень персональных данных по каждой категории персональных данных, указанной в согласии на обработку персональных данных, разрешенных субъектом персональных данных для распространения.

Следует помнить, что при хранении персональных данных вы обязаны создать условия, при которых эти данные не смогут получить третьи лица (например, вы распечатываете некие сведения – доступ к ним могут иметь только те, кто непосредственно уполномочен их обрабатывать). В связи с этим при обработке персональных данных необходимо оценить вред, который может быть причинен субъектам данных в случае нарушения условий их использования (утечка, разглашение и т.д.). Роскомнадзор определил три степени вреда — высокую, среднюю и низкую, притом самая высокая степень возможного вреда присваивается при обработке биометрических и аналогичных данных. Оцениваете степень вы сами, если являетесь оператором, результаты оценки закрепляете соответствующим актом оценки вреда, содержащим: наименование или фамилию, имя, отчество (при наличии) и адрес оператора; дату издания акта оценки вреда; дату проведения оценки вреда; фамилию, имя, отчество (при наличии), должность лиц (лица) (при наличии), проводивших оценку вреда, а также их (его) подпись; степень вреда, которая может быть причинена субъекту персональных данных. Подписать акт можно традиционно, на бумаге, а можно с помощью электронной подписи. В случае возникновения утечки персональных данных руководствоваться нужно будет Приказом Роскомнадзора от 14.11.2022 N 187 [40]. Приказ предусматривает направление Роскомнадзору уведомления об инциденте в электронной и бумажной форме. Требования к такому уведомлению, порядку его направления и рассмотрения закреплены указанным Приказом. Если же продавец решит прекратить обрабатывать персональные данные, он будет обязан их уничтожить – с 1 марта 2023 года при уничтожении данных необходимо будет составить соответствующий акт. В соответствии с приказом Роскомнадзора № 179 необходимо выполнить следующие действия: если обработка персональных данных осуществляется оператором без использования средств автоматизации, то подтверждающим уничтожение персональных данных документом является акт об уничтожении

персональных данных; если обработка персональных данных осуществляется оператором с использованием средств автоматизации, то подтверждающими уничтожение персональных данных документами являются акт об уничтожении персональных данных и выгрузка из журнала регистрации событий в информационной системе персональных данных. Если принять во внимание тот факт, что дистанционные виды продаж имеют хорошую выручку, то подобные штрафы для них не являются проблемой, зато потенциальная выручка от того, скольким клиентам они смогут предложить свои услуги, и сколько воспользуются рекламным предложением будет гораздо больше. Соответственно, для более эффективной работы обеспечения конфиденциальности персональных данных, считаем, что необходимо ужесточить штрафные санкции, чтобы это было ощутимо для продавцов, хотя бы в несколько раз.

Таким образом, в целях поднятия эффективности работы закона «О персональных данных» и большего соблюдения норм продавцами необходимо увеличить размеры штрафов хотя бы в два раза. Вопреки расхожему мнению, продавцы все же накапливают и обрабатывают персональные данные. В связи с этим они должны подчиняться требованиям Роскомнадзора, уведомлять своевременно о желаемых действиях и удалять данные в случае прекращения ведения баз обработки персональных данных с соответствующим уведомлением Роскомнадзора. Прогрессирующие общественные отношения заставляют соответствовать новым тенденциям и применять нововведения в соответствии не только с новой экономической средой, но и объективными факторами, такими как самоизоляция и повсеместно распространение дистанционной формы продажи товаров, что в свою очередь также требует корректировки существующего законодательства в области обеспечения правовой торговли данным способом, а также внесение новых понятий и терминов в легитимный оборот законодательства.

Заключение

Таким образом, подводя итоги проведенного исследования, можно заключить следующее.

Во-первых, Россия не уступает мировому сообществу на пути создания нового экономического сектора с преимущественными акцентами на инновационные продукты, модернизацию предприятий и обеспечение информатизации и цифровизации всего общества.

Во-вторых, в рамках построения «новой экономики» предпочтение отдается цифровым документам и соответствующей средой делового общения и получения информации посредством электронного документооборота. Для реализации обеспечения данного проекта были приняты соответствующие государственные акты, в частности Постановление Правительства № 313, которые призвали обеспечить граждан повсеместно возможностью использовать сеть Интернет в своей жизнедеятельности.

В-третьих, одним из результатов цифровизации общества стало перемещение предпринимательской деятельности в цифровую среду, представленную в основном огромным количеством интернет-магазинов.

В-четвертых, определенный вклад в сформированный переход России на формирование «новой экономической среды» оказали санкции, в результате которых были внедрены программы импортозамещения и активное внедрение, создание и поддержка отечественных производителей товаров и услуг.

В-пятых, экономический сектор не может быть обособленным. Более того, экономика – есть понятие в наши дни общемировое. Затрагивание одного сектора экономики или же его преобразование подобно паутине заставляет колыхаться иные сферы и секторы экономической деятельности, затрагивая не только отдельную страну, но и вовлекая в данный процесс общемировые устоявшиеся экономические роли. В этой связи

предпринимателям необходимо подстраиваться под создавшиеся экономические реалии и находить инновационные пути деятельности, например, реализуя товары через сеть Интернет.

В-шестых, в становление «новой» экономической среды свою лепту внесла также и пандемией новой коронавирусной инфекции (COVID-19), которая нанесла существенный ущерб традиционным формам продажи, заставляя закрываться и ликвидироваться многие магазины и переводить свой ассортимент товаров на Интернет-платформы. На основании полученных данных, можно заключить, что сегодняшняя дистанционная торговля представлена разноплановыми правовыми актами различных уровней, что в совокупности позволяет создать целостную картину о формах продаж и видах ее дистанционной реализации. Дистанционный способ продаж регулируется в первую очередь положениями статьей 432 и 433 ГК РФ, Правилами продажи товаров дистанционным способом (п. 20) и соответствующим ГОСТ, законом о защите прав потребителей и иными правовыми актами, имеющими «вспомогательный и ситуационный характер».

Кроме того, в отношении самой дистанционной торговли, в связи с ее активной популяризацией и наращиванием оборотом продаж дистанционным способом, можно предположить, что данный вид продаж эволюционирует в ногу с усложнением общественных отношений и прогрессирует, соответствуя условиям «новой экономики» и набирает обороты в огромной прогрессии. По этому поводу, ученые отмечают, что «клиенты дистанционного ритейлинга – это жители, которые находятся в отдалении от районных центров с развитой инфраструктурой, а также потребители, которые следят за новинками моды и которые ценят время».

Договор дистанционной купли-продажи товара или же услуги будет считаться исполненным в момент вручения товара покупателю, что соответствует положению п.2 ст. 499 ГК РФ [7], а не как считают иные авторы – в момент оплаты товара после его предварительного осмотра и

принятия.

При оплате при получении, договор дистанционной продажи следует толковать как косвенную электронную торговлю, потому как оплата все же происходит в режиме «офф-лайн», при личной встрече покупателя и курьера, или же дочном визите покупателя в пункт выдачи товаров.

Договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар. Продавцу товаров и услуг дистанционным способом следует считать консенсуальным видом договора, потому как покупатель соглашается с условиями продажи продавца и принимает их, заключая тем самым договор купли-продажи, или не заключая его. Основные причины расторжения или же изменения договора розничной купли продажи дистанционным способом сводятся в основном в тому, что проданный товар не соответствует своим характеристикам или же функционально не имеет своего товарного вида, заявленного продавцом. У покупателя также есть право отказаться от товара в течение 7 дней без объяснения причины в соответствии с положениями закона «О защите прав потребителей».

У продавца имеется гораздо меньше претензии к покупателю, потому что обязанность покупателя сводится только к своевременной оплате товаров и услуг. В законе не закреплен порядок возврата денег и товара продавцом и покупателем при расторжении договора купли-продажи, но урегулирован срок такого возврата - не позднее, чем через 10 дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования. На практике это создаёт определенные трудности. Представляется, что возврат должен осуществляться тем же способом, что и внесение оплаты. Так как покупки могут оплачиваться с банковского счета, то возврат денежных средств занимает определенное время, которое в отдельных случаях может превышать 10 дней. Но обязанность продавца по возврату денежных средств

будет исполнена ранее, чем они поступят на счет покупателя.

Условия договора, ущемляющие права потребителя по сравнению с правилами, установленными Законом РФ «О защите прав потребителей» признаются недействительными. Даже при дистанционной торговле продавец должен иметь кассовый аппарат. Распечатанный список заказанных позиций без синей печати нельзя воспринимать в качестве платежной ведомости. К любой покупке дистанционным способом должен быть приложен чек, возможно пересылка чека электронным способом по желанию покупателя. Прогрессирующие общественные отношения заставляют соответствовать новым тенденциям и применять нововведения в соответствии не только с новой экономической средой, но и объективными факторами, такими как самоизоляция и повсеместно распространение дистанционной формы продажи товаров, что в свою очередь также требует корректировки существующего законодательства в области обеспечения правовой торговли данным способом, а также внесение новых понятий и терминов в легитимный оборот законодательства.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Айсамова Л.А. Деловая активность посредством цифровой экономики // *Мировая наука*, 2018.- №11. С. 27
2. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24.07.2002 № 95-ФЗ (ред. от 18.03.2023) // *Собрание законодательства РФ*, 29.07.2002, № 30, ст. 3012.
3. Барабачкова М.Н., Корнилова Н.В. Дистанционная купля - продажа товаров: Актуальные проблемы практики // *E-Scio*. 2019. №10 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/distantsionnaya-kuplya-prodazha-tovarov-aktualnye-problemy-praktiki>.
4. Белова О.А. Правовая характеристика существенных условий договора дистанционной купли-продажи, определяющих его место в системе договоров купли-продажи // *Legal Concept*. - 2015. - №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovaya-harakteristika-suschestvennyh-usloviy-dogovora-distantsionnoy-kupli-prodazhi-opredelyayuschih-ego-mesto-v-sisteme-dogovorov>.
5. Бондаренко И.А., Герега П.В. Проблемы транзакцией участников электронной коммерции в России // *StudNet*. 2021. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-tranzaktsiy-uchastnikov-elektronnoy-kommertsii-v-rossii>.
6. Валеев Д.Х., Челышев М.Ю. Договор розничной купли-продажи: продажа товара по образцам и дистанционный способ продажи товара // *Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки*. 2010. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dogovor-roznichnoy-kupli-prodazhi-prodazha-tovara-po-obraztsam-i-distantsionnyu-sposob-prodazhi-tovara>.
7. Воронцов Г.А. Гражданское право. Краткий курс. За три дня до экзамена / Воронцов Григорий Арсентьевич. - М.: Феникс, 2017. – С. 238.
8. Выступление Президента В.В. Путина в Послании Федеральному Собранию 2018 // *Риа Новости* <https://ria.ru/20180301/1515519033.html>

9. Галец Л.А. Интернет-инвестинг как дистанционной алгоритм розничного финансового инвестиций // Международный журнал гуманитарных и естественны наук. - 2021. №5-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-investing-kak-distantсионnyu-algoritm-rozничного-finansirovaniya-investitsiy>.

10. ГОСТ Р 57489-2017. Национальный стандарт Российской Федерации. Руководство по добросовестной практике продажи товаров дистанционным способом с использованием сети Интернет (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 07.06.2017 N 500-ст) // М.: Стандартиформ, 2017.

11. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 14.04.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.04.2023) // Собрание законодательства РФ, 05.12.1994, N 32, ст. 3301

12. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 08.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022) // Собрание законодательства РФ, 29.01.1996, N 5, ст. 410

13. Греф Г. Выступил на заседании Совета Федерации по теме искусственного интеллекта // Официальный портал Совета Федерации Федерального Собрания <http://council.gov.ru/events/news/123470/>

14. Гунаев Е.А., Цуглаева Н.В., Аштаева С.С. Предпринимательская деятельность физических лиц без регистрации: проблемы межотраслевого правового регулирования / Юридическая наука. 2017. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelskaya-deyatelnost-fizicheskikh-lits-bez-registratsii-problemy-mezhotraslevogo-pravovogo-regulirovaniya>

15. Дудченко А.В., Павловская В.А. Защита прав потребителей при реализации товара в сети Интернет // Закон и право. 2019. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zaschita-prav-potrebiteley-pri-realizatsii-tovara-v-seti-internet>.

16. Дыганова Р.Р. Повышение социально-экономической эффективности дистанционной торговли, канд. дисс. на соискание канд. экономических наук. – М, 2019. – 158с.

17. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 05.12.2022) «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ, 15.01.1996, N 3, ст. 140.

18. Игошина О Как малому бизнесу сэкономить на логистике // Официальный сайт Сбербизнес <https://sberbusiness.live/publications/kak-malomu-biznesu-sekonomit-na-logistike> режим доступа свободный

19. Ковалев А.В. Институциональные аспекты деятельности научной школы // Вестник Удмуртского Университета. Серия Экономика и право. – 2020. С. 208-215

20. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 28.04.2023, с изм. от 17.05.2023) // Парламентская газета, N 2-5, 05.01.2002.

21. Козлов И.В. Особенности гарантийных обязательств по договору купли-продажи в условиях рыночной экономики. // Право и образование. 2007. № 6. С. 154-159.

22. Кондратьев В.А. Правовая природа договора о предоставлении торгового места на розничном рынке // Актуальные проблемы российского права. 2018. №2 (87). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovaya-priroda-dogovora-o-predostavlenii-torgovogo-mesta-na-rozничном-rynke>

23. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Официальный текст Конституции РФ с внесенными поправками от 14.03.2020 опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 04.07.2020.

24. Корягин А.Е., Соколова И.Е. Права потребителей: инструкция по применению от Объединения потребителей России. М.: Библиотечка

Российской газеты, 2013. Вып. 2 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

25. Кунин Е.И., Арсенькина Л.С. Современное состояние правового регулирования в сфере интернет-торговли // Концепт. 2019. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-pravovogo-regulirovaniya-v-sfere-internet-torgovli>

26. Маркетинговое исследование Интернет-торговля в России 2021 // https://datainsight.ru/eCommerce_2021 режим доступа свободный.

27. Марчук М. А. Момент заключения договора продажи товара дистанционным способом. Юрист. 2009. № 3. 69с.

28. Нинциева Т.М. Специфика договора дистанционной розничной купли-продажи // Евразийский научный журнал. 2017. - №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-dogovora-distantionnoy-roznichnoy-kupli-prodazhi-1>

29. Официальное выступление главы государства В.В. Путина от 16 марта 2023 года // Информационный портал Государство. Бизнес. Технология.

30. Официальные аналитические данные Банка России // https://www.cbr.ru/analytics/ib/operations_survey_2022/ режим доступа свободный.

31. Першин А.В. Проблемы правового договора купли-продажи // E-Scio. 2017. №12 (15). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-pravovogo-dogovora-kupli-prodazhi>

32. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 N 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» // Бюллетень Верховного Суда РФ, N 9, сентябрь, 2012.

33. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 313 (ред. от 29.04.2023) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество»» // Собрание законодательства РФ, 05.05.2014, N 18 (часть II), ст. 2159.

34. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 (ред. от 16.02.2023) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности»» // Собрание законодательства РФ, 05.05.2014, N 18 (часть IV), ст. 2173.

35. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 N 612 (ред. от 16.05.2020) «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» // Российская газета, N 219, 03.10.2007.

36. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 N 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, 18.01.2021, N 3, ст. 593.

37. Постановление Седьмого арбитражного апелляционного суда от 15.07.2020 N 07АП-3308/2020 по делу N А45-42605/2019 // Справочная правовая система «Консультант плюс».

38. Постановление Правительства РФ от 22.02.2023 N 292 «Об утверждении Положения о порядке проведения эксперимента по осуществлению розничной торговли лекарственными препаратами для медицинского применения, отпускаемыми по рецепту на лекарственный препарат, дистанционным способом» // Собрание законодательства РФ, 27.02.2023, N 9, ст. 1508.

39. Правила продажи товаров по договору розничной купли-продажи, утв. Постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 // СЗ РФ. 2021. № 3. Ст. 593.

40. Приказ Роскомнадзора от 14.11.2022 N 187 «Об утверждении Порядка и условий взаимодействия Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций с операторами в рамках ведения реестра учета инцидентов в области персональных данных» (Зарегистрировано в Минюсте России 28.12.2022 N 71851) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>, 28.12.2022

41. Приказ Росстандарта от 28.08.2013 № 582-ст «Об утверждении национального стандарта ГОСТ Р 51303- 2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

42. Проект Федерального закона N 11081-3 «Об электронной торговле» (ред., внесенная в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 03.10.2000) // СПС Консультант Плюс

43. Промышленная политика в эпоху цифровой трансформации экономики: монография / кол. авторов; под ред. С. А. Толкачева. М.: КНОРУС, 2018.

44. Савенкова И. В. Дистанционная торговля и ее место в ритейлинге / И. В. Савенкова, Д. А. Клиновская, Л. Н. Бутенко. // Молодой ученый. 2016. № 8 (112). С. 659-663.

45. Саламатов В. Внемагазинная торговля - значимый и быстро растущий сегмент торговой отрасли [Электронный ресурс] Режим доступа - <http://www.minpromtorg.gov.ru/trade/hometrader/225>.

46. Салихова Р. Р. Управление конкурентоспособностью торговых организаций на основе регулирования их эффективности: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Салихова Регина Рафаиловна. - М., 2014. - 164 с.

47. Указ Президента РФ от 09.03.2004 N 314 (ред. от 27.03.2023) "О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти" // "Российская газета", N 50, 12.03.2004

48. Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 N 44-ФЗ (последняя редакция) // СПС Консультант Плюс http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624.

49. Федеральный закон от 06.04.2011 N 63-ФЗ (ред. от 28.12.2022) «Об электронной подписи» // Российская газета, N 75, 08.04.2011.

50. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 28.04.2023) «О рекламе» // Собрание законодательства РФ, 20.03.2006, N 12, ст. 1232.

51. Федеральный закон от 22.05.2003 N 54-ФЗ (ред. от 29.12.2022) «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации» // Парламентская газета, N 95, 27.05.2003.

52. Федеральный закон от 26.12.2008 N 294-ФЗ (ред. от 04.11.2022) «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» // Российская газета, N 266, 30.12.2008.

53. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 29.12.2022) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2023) // Российская газета, N 165, 29.07.2006

54. Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ (ред. от 06.02.2023) "О персональных данных" // "Российская газета", N 165, 29.07.2006

55. Федеральный закон от 12.04.2010 N 61-ФЗ (ред. от 28.04.2023) «Об обращении лекарственных средств» // "Российская газета", N 78, 14.04.2010

56. Фролов И.В. Правовое регулирование дистанционной торговли товарами и услугами в Российской Федерации. Дисс. канд. юрид. наук. – М., 2018. – 166с.

57. Цыганов В.И., Демин А.А. Причинение вреда и юридическая ответственность // Вестник ВолГУ. Серия 5: Юриспруденция. 2018. №1.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prichinenie-vreda-i-yuridicheskaya-otvetstvennost>

58. Шевченко А. провел заседании Комитета СФ по федеративному устройству, региональной политике, местному самоуправлению и делам Севера. 13-15 февраля 2023 года // Официальный портал Совета Федерации Федерального собрания РФ <http://council.gov.ru/events/news/142132/>

59. Шодрынга Т.С. Правовая характеристика договора дистанционной розничной купли-продажи // Евразийский научный журнал. 2017. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovaya-harakteristika-dogovora-dstantsionnoy-roznichnoy-kupli-prodazhi>

60. Brown, R. Articles of the OECD Model Tax Convention on Income and on Capital, 2000. P. 55.

61. Friedman, B., Greve, M., Kockfield, A. E-Taxes: Between Cartel and Competition // AEI Federalist Outlook. – 2001. - № 8. P. 52; Operkent, A. The Law Problems of Electronic Economy // Journal of Monetary Economics. – 2001. - № 12. P. 25.

62. Global Ecommerce Explained: Stats and Trends to Watch in 2022. URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.a61a2832-634ebb3f-5c1168a0-74722d776562/https/www.shopify.com/uk/enterprise/global-ecommerce-statistics

63. International Ecommerce Issues: How to Diagnose Global Barriers with Analytics. URL: <https://www.shopify.com/enterprise/international-ecommerce>

64. Weening A. E-commerce. <http://www.imrg.org>.