

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

Институт права

(наименование института полностью)

Кафедра «Гражданское право и процесс»

(наименование)

40.03.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки / специальности)

Гражданско-правовой

(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Правовое регулирование дистанционной продажи товаров

Обучающийся К.А. Лазаренко

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

кандидат юридических наук, доцент А.В. Сергеев

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

Аннотация

Тема данной выпускной квалификационной работы «Правовое регулирование дистанционной продажи товаров».

Актуальность настоящего исследования заключается в том, что договор купли-продажи дистанционным способом в современном мире, применяется сегодня повсеместно. Активное распространение и развитие торговли дистанционным способом предопределяет необходимость такого исследования.

Цель работы состоит в анализе правового регулирования при купле-продаже товаров дистанционным способом.

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

Структура бакалаврской работы: введение, три главы, включающие 7 параграфов, заключение, список используемой литературы и источников. В первой главе раскрываются понятия и особенности регулирования дистанционной продажи товаров. Во второй главе рассматривается характеристика правоотношений, возникающих при дистанционной продаже товаров. В третьей главе анализируются проблемы правового регулирования при дистанционной продаже товаров и перспективы развития дистанционной продажи товаров в Российской Федерации.

Объем выпускной квалификационной работы: 51 страница.

Оглавление:

Введение	4
Глава 1 Общие положения о дистанционной продаже товаров	8
1.1 Возникновение и развитие дистанционной торговли	8
1.2 Понятие и признаки дистанционного способа продажи товаров	12
1.3 Особенности правового регулирования дистанционной продажи товаров	15
Глава 2 Характеристика правоотношений, возникающих при дистанционной продаже товаров	21
2.1 Участники правоотношений в сфере дистанционной продажи товаров, их права и обязанности	21
2.2 Договор розничной купли-продажи, заключаемый дистанционным способом	26
Глава 3 Проблемы правового регулирования и перспективы развития законодательства в сфере продажи товаров дистанционным способом	33
3.1 Проблемы правового регулирования продажи товаров дистанционным способом.....	33
3.2 Перспективы развития законодательства Российской Федерации в сфере дистанционной продажи товаров.....	38
Заключение	43
Список используемой литературы и используемых источников	47

Введение

Актуальность настоящего исследования заключается в том, что договор купли-продажи дистанционным способом применяется сегодня повсеместно. Активное распространение и развитие торговли дистанционным способом предопределяет необходимость такого исследования. Предпосылкой развития дистанционной торговли в России стала большая площадь страны с низкой плотностью населения, развитие технологий, логистических и складских услуг, увеличение численности новых участников малого и среднего предпринимательства, а также рост благосостояния населения.

Востребованность совершения покупок дистанционным способом объясняется своей доступностью и простотой, более выгодными предложениями в сравнении со стационарными торговыми точками. Покупателям (потребителям) благодаря электронной торговле предлагается к выбору расширенный ассортимент товаров, чем в стационарных торговых магазинах, удобство оформления заказа из любой точки местонахождения, экономия времени, различные способы оплаты. Оформить доставку товаров можно не выходя из дома или находясь на работе с помощью мобильного телефона через интернет-сайт или мобильное приложение, посредством ноутбука или персонального компьютера. Многие интернет-магазины предлагают оформить заказ в кредит или рассрочку, что в свою очередь повышает интерес потребителя осуществить покупку.

Преимуществами дистанционной торговли для продавцов (изготовителей, исполнителей) являются отсутствие расходов на аренду торгового помещения, отсутствие необходимости содержания большого штата сотрудников, возможность представить весь ассортимент для большего количества потребителей.

На данный период времени большинство организаций, предпринимателей представляют и реализовывают свою продукцию дистанционно, чаще это собственные интернет-магазины, а также крупные

торговые платформы, такие как Wildberries, Ozon, СберМегаМаркет, Ситилинк. Предприниматель, осуществляя работу посредством онлайн-платформ снижает издержки на осуществление работы собственного интернет-магазина, что благоприятно сказывается на развитии бизнеса начинающего предпринимателя. Таким образом, для многих представителей малого бизнеса начало продаж своего товара через маркетплейсы и торговые онлайн-платформы, является трамплином для дальнейшего развития и открытия собственного интернет-магазина.

Реализация товаров дистанционным способом с использованием сети «Интернет», других телекоммуникационных средств, становится все более популярной, поэтому требуется активная работа по усовершенствованию и устранению недостатков в законодательстве в области правового регулирования дистанционной продажи товаров. Возникающие отношения при заключении дистанционно договора купли-продажи, регламентируются нормами, которые содержатся в разных правовых актах, из-за чего конечному потребителю сложно самостоятельно разобраться в части защиты своих прав при дистанционной купле-продаже товаров. Проработка единой или дополнительной правовой регламентации на законодательном уровне будет способствовать более простому и понятному разрешению споров в данной сфере.

Гражданский кодекс Российской Федерации не содержит в себе понятия «договор дистанционной купли-продажи», но законодатель рассматривает форму такого договора аналогично договору розничной купли-продажи.

Цель работы состоит в анализе правового регулирования при купле-продаже товаров дистанционным способом.

Для достижения указанной цели были поставлены и решены при исследовании следующие задачи:

- ознакомиться с историей возникновения и развития дистанционной торговли;

- раскрыть понятие и признаки дистанционного способа продажи товаров;
- выявить особенности правового регулирования дистанционной продажи товаров;
- установить участников правоотношений в сфере дистанционной продажи товаров, раскрыть их права и обязанности;
- рассмотреть договор купли-продажи, заключаемый дистанционным способом;
- определить проблемы правового регулирования продажи товаров дистанционным способом;
- проанализировать перспективы развития законодательства Российской Федерации в сфере дистанционной продажи товаров.

Объектом исследования выступают гражданско-правовые общественные отношения, которые возникают в связи с заключением и исполнением договора продажи товаров дистанционным способом.

Предметом исследования данной работы является правовое регулирование дистанционной продажи товаров в Российской Федерации.

При выполнении работы применялись общенаучные методы (анализ и синтез, метод аналогии, сравнительные методы).

Теоретическую основу исследования составили работы российских ученых, труды которых касаются вопросов правового регулирования отношений в дистанционной продаже товаров: Демченко М.В., Ефимова Л.Г., Косарев А.С., Шайдуллина В.К., Брагин Л.А., Иванов Г.Г., Никишин А.Ф., Хисматулин О.Ю., Панкина Т.В. Использовались труды в области гражданского права таких авторов: Юкша Я.А., Парций Я.Е., Левшина Т.Л. и другие.

Нормативную правовую базу работы составили действующие акты Российской Федерации в области правового регулирования розничной продажи товаров дистанционным способом, а также Гражданский кодекс Российской Федерации, Закон «О защите прав потребителей», нормативные

правовые акты Правительства Российской Федерации и другие правовые акты.

В работе также были использованы материалы судебной практики Российской Федерации.

Структура выпускной квалификационной работы соответствует поставленным задачам, состоит из введения, трех глав, содержащих в себе семь параграфов, заключения и списка используемых источников и используемой литературы.

Глава 1 Общие положения о дистанционной продаже товаров

1.1 Возникновение и развитие дистанционной торговли

Исторически первым видом дистанционной торговли была торговля по каталогам. Данный способ продажи и приобретения товаров широко начал применяться с XIX века, когда в развитых странах начали продажу товаров посредством подачи объявления через газеты, телеграфы. Начали печатать каталоги и осуществлять предложения купли-продажи с помощью первых телефонных установок. Подъем в железнодорожной сфере создал импульс к развитию и распространению почтовой каталожной дистанционной торговли.

В России в начале XX века жителям больших городов стала доступна курьерская доставка продовольственных и непродовольственных товаров, которые оформлялись через телефонный звонок или письмом через почтовое отделение. Многие предприятия и торговые дома осуществляли курьерскую доставку на дом [37].

С развитием технологий в области автоматизированных систем появилась электронная коммерция. Начало этому заложила американская авиационная компания American Airlines, когда в 1960 году они впервые начали использовать автоматическую систему для бронирования авиабилетов. В этот же период начали выпуск первых пластиковых карт, для упрощения финансовых расчетов [12].

Конец 70-х годов прошлого века стал периодом активного развития в сфере интернет-технологий. В Америке создали первую в мире автоматизированную биржу ценных бумаг, а в 1974 году появилась система электронных денежных переводов. Эти новшества быстро нашли применение в различных хозяйствующих субъектах. В 1998 году заработала первая интернет-система, суть работы которой состояла в возможности для

вкладчиков проверять свои счета с помощью компьютера. А в 2000 году Альфа-Банк начал прием заказов онлайн для выпуска банковских карт.

В СССР граждане на почте могли оформить заказ товаров народного потребления по каталогу, товар оплачивался при его получении, но ожидание было долгим, что составляло иногда несколько месяцев. Заказывать те или иные товары на Почте России по каталогу возможно и сегодня, в каждом городе или населенном пункте работает почтовое отделение.

Активное развитие в России дистанционной торговли началось с конца 90-х годов, на рынке стали появляться новые товары и торговля по каталогам вновь приобрела актуальность. В 2004 году в Российской Федерации была создана Национальная Ассоциация дистанционной торговли (НАДТ), деятельность которой направлена на совершенствование отрасли дистанционных продаж.

В это же время началось зарождение первых торговых онлайн площадок для дистанционной торговли – маркетплейсов. Маркетплейс – это платформа для электронной коммерции, система по предоставлению товаров потребителям. Для продавцов такие площадки выступают в качестве посредника с покупателями, а для покупателя маркетплейс это онлайн гипермаркет. Первым в мире онлайн гипермаркетом стал Amazon, заработавший в 1995 году, который до сих пор остается самым крупным и прибыльным интернет-магазином. Одновременно с Amazon появился сервис eBay, где продажу через аукционы производили как юридические, так и физические лица. Данные сервисы продолжают работу и сегодня.

В России первым маркетплейсом стала площадка Ozon, деятельность которой началась с продажи книг. Сегодня Ozon предлагает своим потребителям множество различных категорий товаров, оставаясь одним из самых крупных среди аналогичных площадок электронной торговли. В 2004 году запустил свою работу маркетплейс Wildberries, основателем которого стала российская предпринимательница. Сегодня это самая крупная онлайн-платформа в России по обороту товаров. Данный маркетплейс каждый год

увеличивает рост числа заказов, рост численности участников дистанционной торговли на своей площадке. Сеть пунктов выдачи заказов Wildberries работает по всей России, а также в 2021 году география присутствия компании дополнилась такими странами как Казахстан, Белоруссия, Армения, Киргизия.

Продавцами на цифровой платформе (маркетплейсе) могут являться индивидуальные предприниматели, юридические лица, а с 2019 года – физические лица, применяющие специальный налоговый режим. Wildberries одним из первых российских маркетплейсов начал сотрудничать с физическими лицами, которые платят налог от осуществления своей профессиональной деятельности. Маркетплейс Ozon анонсировал начало работы с самозанятыми гражданами в 2021 году. Непрерывно растет количество субъектов бизнеса, применяющих специальный налоговый режим, такие продавцы активно представляют свои товары на торговых онлайн-платформах.

Сегодня маркетплейсы это основной канал для сбыта своей продукции продавцов и возможность расширить свою деятельность для граждан (применяющих специальный налоговый режим), а для потребителей это удобный сервис, без которого уже трудно представить современную жизнь человека. Заказать необходимые повседневные товары сегодня представляется возможным с помощью телефона – благодаря мобильным приложениям, разработанным для интернет-магазинов и маркетплейсов. К преимуществам такого способа покупки товаров можно отнести экономию времени, экономию финансовых затрат на поездки в стационарные магазины, возможность забрать заказ в удобном месте и в удобное время. Многие маркетплейсы и интернет-магазины предоставляют покупателям скидки и периодически проводят акции и распродажи товаров.

Первые попытки правового регулирования дистанционных продаж, в том числе с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» предпринимались в 2001 – 2004 годах. Тогда в Государственной

Думе находился проект Федерального закона № 11081-3 «Об электронной торговле». Но, 23 апреля 2004 года законопроект отклонили и сняли с рассмотрения Государственной Думой из-за недостаточной разработанности законопроекта.

Законодательное закрепление продажи товаров дистанционным способом произошло в 2007 году, когда вступило в силу Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 N 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» [21]. На данный момент постановление утратило силу.

Мощным стимулом к новому этапу развития электронной коммерции стал период карантина в условиях пандемии Covid-19. Когда большинству магазинов розничной торговли пришлось временно закрыться из-за карантинных ограничений, именно интернет-магазины помогли удовлетворить срочный спрос покупателей. Карантинные ограничения способствовали ускорению цифровизации и развитию электронной торговли. Бизнесу пришлось в срочном порядке перестраиваться на новые цифровые реалии, стали отправлять сотрудников на дистанционный режим работы, организовывали дистанционную продажу и доставку своему потребителю. Дистанционная продажа товаров стала преимущественной из-за необходимости соблюдения санитарно-эпидемиологических требований. Этот период для одних представителей бизнеса стал переходным периодом роста, для других серьезной проверкой на устойчивость.

После снятия карантинных ограничительных мер рост дистанционной торговли продолжился, за время карантина люди освоились совершать заказы товаров в режиме онлайн, на личном опыте убедились в удобстве и простоте дистанционных покупок.

Особое значение в развитии электронной торговли приобретает вопрос присутствия специалистов в сфере IT в российских компаниях. Целые команды трудятся сегодня над разработкой и внедрением цифровых технологий для рынка электронной торговли. В последние годы

специалистам данной отрасли государством уделяется большое внимание, например, предоставляют IT-специалистам льготную ипотеку, отсрочку от военной службы, предоставляют гранты под разработки, налоговые льготы IT-компаниям.

Подводя итог параграфа, мы делаем вывод, что дистанционная интернет-торговля сегодня является самым развивающимся сегментом дистанционной торговли в России.

1.2 Понятие и признаки дистанционного способа продажи товаров

Под дистанционной торговлей понимается продажа товаров по договору розничной купли-продажи, когда покупатель, ознакомившись с товаром, на основании предоставленной информации (описания) продавцом, а также изображений товара, на веб-странице, буклете, в каталоге посредством трансляции телеканалов или радиоканалов, и иными способами, при которых исключается возможность ознакомления покупателя с товаром либо образцом.

Определение понятия «дистанционного способа продажи товаров» содержится в статье 497 Гражданского кодекса Российской Федерации. Схожее определение располагается в Законе Российской Федерации «О защите прав потребителей» [9].

Классифицирующим признаком дистанционной торговли выступает факт отсутствия контакта продавец-покупатель. У покупателя отсутствует возможность ознакомления с товаром либо его образцом до момента фактического получения.

Таким образом, любые продажи, которые происходят без фактического контакта продавца и покупателя, на основании информации о товаре, могут быть отнесены к дистанционной торговле.

Информацию о товаре потребитель получает с помощью каналов передачи информации, посредством сети «Интернет», телевизионных каналов, почтовых каналов, в виде изображения и текста.

Следует отметить, что если потребитель при совершении заказа через интернет-магазин продавца имел возможность ознакомиться с данным товаром в стационарном магазине, такая торговля не будет являться дистанционной. В данном примере не соблюдаются условия заключения розничной купли-продажи дистанционным способом.

Дистанционная торговля в свою очередь имеет различные формы осуществления торговой деятельности. Различие их заключается в способах предоставления информации о товаре.

Основные виды дистанционного способа торговли:

- электронная торговля,
- телемагазины,
- каталожная торговля,
- почтовая торговля.

Перечень видов дистанционной торговли не является ограниченным, поскольку с развитием технического прогресса каналы передачи информации дополняются новыми способами.

Электронная торговля – наиболее динамично развивающийся вид торговли дистанционным способом в мире и России. Продажа товаров дистанционным способом с использованием сети «Интернет», осуществляется через интернет-магазины или маркетплейсы. При осуществлении торговли через интернет-магазин должны соблюдаться требования ст. ст. 492 – 505 Гражданского кодекса Российской Федерации; требования Закона о защите прав потребителей. Существуют также требования: по перечню товаров для дистанционной торговли, по правилам заключения договора розничной купли-продажи, по правилам оплаты, доставки и возврата товара.

Понятие «интернет-магазин» не прописано законодателем. Однако определение понятию «интернет-магазин» есть в п. 57 ГОСТ Р 51303-2013: «часть торгового предприятия/торговой организации или торговая организация, предназначенная для предоставления покупателю посредством сети «Интернет» сведений, необходимых при совершении покупки, в том числе об ассортименте товаров, ценах, продавце, способах и условиях оплаты и доставки, для приема от покупателей посредством сети «Интернет» сообщений о намерении приобрести товары, а также для обеспечения возможности доставки товаров продавцом либо его подрядчиком по указанному покупателем адресу либо до пункта самовывоза» [4].

Продажа через интернет-магазин осуществляется на сайте, где продавцом указан ассортимент товаров, их изображение, информация описание о товаре, должна быть указана цена и условия доставки и оплаты. Покупатель совершает заказ на веб-странице или в мобильном приложении интернет-магазина. Собственником сайта, как правило, является продавец индивидуальный предприниматель или юридическое лицо. К преимуществам дистанционной торговли через интернет-магазин относятся низкие цены, отзывы о магазине и о товарах, большой ассортимент, оформление заказа в удобное время, различные способы оплаты товара.

Дистанционная продажа телемагазинами происходит через каналы телевизионного вещания. Данный вид дистанционной торговли занимает малую долю на рынке дистанционной торговли, поскольку торговля посредством сети «Интернет» более распространена. Потребитель, увидев товар из рекламного ролика, предварительно узнав информацию о товаре и цене, связывается по номеру телефона указанного в ролике.

Дистанционная торговля по каталогам осуществляется посредством рассылки продавцом бесплатных каталогов, в которых размещен ассортимент предлагаемых товаров. Покупатель производит заказ путем звонка по указанному номеру, отправки СМС-сообщения, через информационно-коммуникационную сеть «Интернет» или по почте.

Следующим каналом продажи товаров дистанционным способом является заказ товаров по почте. Это наиболее популярный способ заказов товаров для потребителей из удаленных населенных пунктов. Потребитель получает свой заказ при прибытии товара в почтовое отделение, где оплачивает его и забирает.

Подводя итог параграфа, выделим основные признаки дистанционной продажи товаров:

- наличие публичной оферты;
- купля-продажа товара происходит вне места стационарной торговли;
- отсутствие у потребителя возможности ознакомления с товаром или образцом;
- доставка товара покупателю по указанному им адресу.

1.3 Особенности правового регулирования дистанционной продажи товаров

Правовое регулирование дистанционных продаж осуществляется:

- Гражданским кодексом Российской Федерации [6];
- Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» [9];
- Постановлением Правительства Российской Федерации от 31.12.2020 № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не

подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» (далее – Правила) [22].

С 1 января 2021 года вступили в силу обновленные правила продажи товаров в розницу, дистанционно с использованием сети «Интернет» [22].

Новое постановление учитывает современные реалии бизнеса, помогает в разрешении спорных моментов продавцов и покупателей. Теперь продавец обязан публиковать оферту, где должны быть прописаны условия покупки. Обязательства продавца по передаче товара теперь возникают с момента получения им информации от потребителя о желании заключить договор розничной купли-продажи, если только оферта не содержит иного условия. Договор розничной купли-продажи считается заключенным: с момента выдачи чека потребителю, или с момента получения информации о намерении покупателя заключить такой договор.

При продаже товара дистанционно с использованием сети «Интернет» продавец после получения информации о намерении купить товар должен предоставить покупателю подтверждение о заключении договора купли-продажи на условиях оферты, указав номер заказа.

При дистанционном способе продажи товаров продавец обязан предоставить точную и достоверную информацию о товаре, его характеристике, цвете, размере. Также предприниматели должны указывать контактную информацию: полное название организации или ФИО индивидуального предпринимателя, физический адрес местонахождения организации или предпринимателя, электронный почтовый адрес, номер телефона. В случае, когда продавец – физическое лицо, применяющее специальный налоговый режим (самостоятельно производит и реализует свой товар, например, через маркетплейсы), он должен указать ФИО, ИНН, адрес регистрации (адрес по прописке).

Следует отметить, что если покупателем является юридическое лицо, то к такому договору не может применяться положение дистанционной

торговли. Поскольку дистанционный способ продажи товаров регулируется положением о розничной купле-продаже (ст. ст. 492 – 497 ГК РФ).

Следующее изменение касается процесса обращений потребителей. Ранее в законе не было четкого регламента по принятию претензий, из-за чего возникало множество споров. Теперь продавец должен доводить до покупателя информацию о порядке и способах направления претензий, данное положение прописано в п. 3 ст. 26.1 Закона о защите прав потребителей. Если продавец не предоставляет такую информацию, потребитель может направить свою претензию любым способом (п. 21 Правил).

Идентификация потребителя в целях заключения и (или) изменения договора возможна посредством использования федеральной государственной информационной системы «ЕСИА», согласно п. 20 Правил.

Продавцы теперь должны принимать некоторые виды товаров, при условии сохранения надлежащего качества и вида товара. Принять обязаны технически сложные товары, данное положение прописано в пункте 41 Постановления Правительства от 31.12.2020 N 2463. Перечень технически сложных товаров содержится в Постановлении Правительства РФ от 10.11.2011 N 924 (ред. от 27.03.2019) "Об утверждении перечня технически сложных товаров" [20]. Например, к технически сложному товару можно отнести оборудование навигации, лазерные устройства, компьютеры, телевизоры, часы с 2 и более функциями. При возврате потребитель должен сохранить товарный вид и потребительские свойства возвращаемого товара. Если у потребителя нет чека, следует предоставить выписку из банка о факте оплаты товара, при отсутствии выше перечисленного – свидетельские показания. Продавец в оферте имеет право прописать условие о повторной платной доставке товара, если покупателю не был передан товар при первой доставке.

Рассмотрим определение Санкт-Петербургского городского суда по вопросу разрешения спора между потребителем и продавцом при договоре

розничной купли-продажи заключенного дистанционным способом. Потребитель (далее - истец) приобрел смартфон, оплатив в интернет-магазине продавца (далее - ответчик) указанный товар. После получения товара истец решил воспользоваться своим правом и вернуть смартфон. Однако ответчик на требование истца о возврате денежных средств отказал, сославшись на ст. 18 Закона РФ «О защите прав потребителей», что данный товар относится к технически сложным товарам, поэтому требование о возврате денежных средств не может быть удовлетворено. Таким образом, истец после уклонения ответчика от претензии о расторжении договора и возврате денежных средств за товар обратился в суд первой инстанции. Суд удовлетворил требования истца о расторжении договора купли-продажи и возврате уплаченных денежных средств. Судом отклонились доводы ответчика о невозможности расторжения договора из-за принадлежности телефона к технически сложному товару. Постановлением Правительства РФ № 924 «Об утверждении перечня технически сложных товаров» смартфон отнесен к технически сложным. Однако, на основании п. 4 ст. 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей» потребитель имеет право вернуть товар продавцу, который приобретен дистанционным способом в течение семи дней. Далее продавец подал апелляционную жалобу, которую суд оставил без удовлетворения [1].

Таким образом, нет запретов на возврат товаров надлежащего качества, в том числе технически сложных, при продаже товара дистанционным способом (ст. 26. 1 Закон РФ «О защите прав потребителей»).

Возврат ювелирных изделий при дистанционном способе продажи товара также происходит при условии сохранения товарного вида, потребительской упаковки. Особенности продажи товаров из драгоценных металлов, в том числе дистанционно, прописаны в Постановлении Правительства Российской Федерации от 31.12.2020 № 2463. Также право потребителя на возврат изделий, приобретенных дистанционным способом, указано в п. 4 ст. 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей». Покупателю

необходимо предоставить чек об оплате товара, выписку со счета об операции или иные доказательства покупки. Часто при дистанционной продаже товара продавец направляет электронный чек на электронную почту покупателя.

С 1 января 2021 года была разрешена продажа биологически активных добавок (БАД) дистанционным способом. Ранее продажа данной категории товаров разрешалась только через аптеки и специализированные магазины. Если товар БАД оказался ненадлежащего качества, то потребитель имеет право требовать возврат уплаченных денежных средств или замены на аналогичный товар. Возврат или обмен товаров БАД надлежащего качества не предусмотрен законодательством.

В рамках эксперимента в период с 1 марта 2023 года в Москве, Московской области и Белгородской области разрешат аптекам продавать дистанционно в розницу лекарственные препараты, отпускаемые по рецепту. Согласно ч. 8 Статьи 55.1 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств», при продаже лекарственных препаратов дистанционным способом, аптеки обязаны осуществлять идентификацию личности покупателя и лицо, которое указано в рецепте. Эксперимент продлится до 1 марта 2026 года [33].

Также Министерством финансов был подготовлен законопроект, при котором станет возможна продажа алкоголя (винной продукции) дистанционно – в формате онлайн. Эксперимент будет осуществляться с 1 ноября 2023 года до 31 июля 2026 года. Обязательства по доставке товаров из указанной категории возьмет на себя «Почта России», не исключается и включение в эксперимент маркетплейсов, других представителей сервисов по доставке товаров [17].

На другие регионы, не участвующие в эксперименте, продолжает действовать запрет дистанционной продажи алкогольной продукции и лекарств, продаваемых по рецепту.

Существует ограничения товаров, которые можно продавать дистанционным способом через интернет-магазины. Так, пп. 14 п. 2 ст. 16

Закона № 171-ФЗ запрещена продажа алкогольной продукции дистанционным способом [29]. Запрещена дистанционная продажа табачной продукции, согласно, ч. 3 ст. 19 Закона об охране здоровья от воздействия табака [34].

Ограничения по продаже отдельных видов товаров, таких как спирт этиловый, взрывчатые вещества, технические средства для негласного получения информации, рентгеновское оборудование, лекарственное сырье из пантов и другая продукция, действуют на розничную продажу товаров, в том числе дистанционным способом. Данный перечень прописан в Указе Президента Российской Федерации от 22 февраля 1992 г. № 179 [28].

Торговля в сети «Интернет» с помощью торговых площадок маркетплейсов также регулируется, как и интернет-магазины. С учетом некоторых особенностей – маркетплейс обязан предоставить информацию о продавце потребителям посредством размещения ее на сайте. Информация о продавце (исполнителе) содержит в себе фирменное наименование продавца, адрес, режим работы (п.п. 1.2, 1.3 ст. 9 Закона о защите прав потребителей). Владелец маркетплейса несет ответственность за убытки, причиненные потребителю, если он изменил информацию о товаре предоставленную продавцом (п. 2.1 ст. 12 Закона о защите прав потребителей). Продавец в свою очередь несет ответственность перед потребителями при предоставлении недостоверной информации, в таком случае не возникает ответственность у агрегатора (маркетплейса) [9].

Таким образом, мы приходим к выводу, что товар для дистанционной продажи должен свободно находиться в обороте и быть разрешенным к продаже дистанционным способом.

Глава 2 Характеристика правоотношений, возникающих при дистанционной продаже товаров

2.1 Участники правоотношений в сфере дистанционной продажи товаров, их права и обязанности

Сторонами правоотношений дистанционной торговли являются потребитель (покупатель) и хозяйствующие субъекты (продавец). Возникающие между потребителем (покупателем) и продавцом правоотношения регулируются Гражданским кодексом и Законом «О защите прав потребителей».

Рассмотрим определение участника правоотношений в сфере дистанционной торговли – потребителя (покупателя). В соответствии с Законом «О защите прав потребителей» потребитель – это физическое лицо, намеревающееся купить товар для личных нужд, не для предпринимательской деятельности, а продавец – это организация или индивидуальный предприниматель, осуществляющий продажу потребителям по договору купли-продажи. Данный закон регулирует права и обязанности каждой стороны вне зависимости от продажи товара дистанционным способом или при покупке в стационарном магазине (преамбула к Закону РФ от 7 февраля 1992 г. «О защите прав потребителей» № 2300-1).

Согласно п. 23 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» правовой статус потребителя определяется как физическое или юридическое лицо, купившее товар. При этом такие лица могут являться потребителем, если товар приобретался исключительно не для извлечения прибыли [31].

ГОСТ Р 51303-2013 «Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» дает определение: «покупатель

(приобретатель) – это физическое или юридическое лицо, приобретающее или имеющее намерение приобрести или заказать товары и услуги» [4].

Юридические и физические лица, индивидуальные предприниматели являются основными субъектами торговли дистанционным способом. Юридическое лицо – это организация, имеющая в своей собственности или оперативном управлении имущество и отвечающая по своим обязательствам своим имуществом (ст. 48 ГК РФ). Индивидуальным предпринимателем является дееспособное физическое лицо, зарегистрированное и осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (п. 2 ст. 11 НК РФ).

Продавцом выступает индивидуальный предприниматель, а также организация осуществляющая продажу товаров дистанционным способом. При заказе товаров, например, через интернет-магазин или маркетплейс, покупатель изучает подробную информацию о продавце и (или) товаре в тексте оферты, которую покупатель подписывает при регистрации на онлайн-платформах.

Рассмотрим права и обязанности продавца. Продавец имеет право на получение оплаты от покупателя за товар, на добросовестность со стороны покупателя.

В пункте 12 Правил продажи товаров при дистанционном способе продажи товаров по договору розничной купли-продажи указано, что продавец обязан заключить договор розничной купли-продажи с любым выразившим желание приобрести товар.

Таким образом, у продавца возникают обязательства по передаче товара покупателю с момента получения от него намерения приобрести товар, если оферта продавца не содержит иного условия (п. 13 Правил).

Согласно пункту 14 Правил продажи товаров при дистанционном способе через сеть «Интернет» потребитель получает от продавца подтверждение заключения договора на условиях оферты, подтверждение должно содержать в себе идентификационный номер заказа.

Правилами в 18 пункте установлено, что продавец обязан предоставить полную и достоверную информацию о товаре покупателю. Предоставление происходит посредством размещения информации в сети «Интернет» или каталоге и других средствах связи. Аналогично в пункте 1 статьи 495 ГК РФ установлена обязанность продавца предоставить покупателю необходимую и достоверную информации о товаре.

Таким образом, если продавец не предоставит исчерпывающую информацию о товаре до заключения договора или в оферте не отображена информация о продавце, тогда имеет место привлечение продавца к ответственности по статье 14.15 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации. Данное правонарушение влечет предупреждение или штрафную санкцию в размере от трехсот до одной тысячи пятисот рублей; должностным лицам – от одной до трех тысяч рублей; юридическим лицам – от десяти до тридцати тысяч рублей [10].

Согласно пункту 21 Правил по договору розничной купли-продажи продавец должен предоставить потребителю информацию о форме и способах направления претензии.

Пункт 23 Правил указывает обязанность продавца по оплате расходов на возврат суммы, которую уплатил покупатель за товар ненадлежащего качества, если иное не прописано в оферте.

Обязанность продавца по установлению причины возникновения недостатков в товаре установлена п. 5 ст. 18 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей».

В случае оплаты покупателем путем перевода суммы на иной счет другого лица, который указал продавец, продавец не освобождается от обязанности осуществить возврат уплаченной суммы, согласно пункту 24 Правил.

При дистанционной покупке в интернет-магазине от имени продавца также может выступать посредник – владелец агрегатора (агент), владелец сайта. На сайтах интернет-магазинов размещены оферты, где прописаны

существенные условия договора, информация продавца в соответствии с Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей». В положении оферты о сторонах прописаны понятия «покупатель», «продавец», «посетитель сайта», «интернет-магазин». В офертах интернет-магазинов, покупателем по такому договору является пользователь, который оформил посредством сайта заказ товара. Посетитель сайта и пользователь являются потенциальными покупателями. Продавец в оферте – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, которые выставили для реализации на сайте свой товар. Агент, собственник интернет-магазина при этом является посредником между покупателем и продавцом. Агентом часто осуществляется приемка, хранение и транспортировка товара передаваемого продавцом до покупателя. Стоит отметить, не всегда хранение и транспортировка товара осуществляется непосредственно агентом, агент может осуществлять также только функции по продвижению и передаче данных оформленных заказов. Таким образом, посредник в интернет-магазине оказывает сопутствующие услуги, получает и хранит информацию, способствует заключению договора купли-продажи.

Понятие «владелец агрегатора информации о товарах» раскрывается в преамбуле к Закону «О защите прав потребителей». Им является организация или индивидуальный предприниматель, являющийся владельцем сайта и (или) страницы сайта в сети «Интернет», и предоставляющий информацию потребителю о товаре и предлагающий заключить договор купли-продажи. Иными словами, агрегатор – это маркетплейс или онлайн-магазин дистанционной торговли.

С 1 марта 2023 года вступило в силу постановление правительства № 1351, в котором вводится ответственность для всех интернет-агрегаторов (маркетплейсов) за продажу товаров без маркировочного кода, если такие требования установлены в отношении таких товаров. Маркировать товар должны поставщики (продавцы), а к ответственности будут привлекать маркетплейсы в случае реализации немаркированного товара [24]. Стоит

отметить, что некоторые маркетплейсы в оферте также прописывают штрафные санкции для продавцов, которые поставляют не маркированный товар, подлежащий маркировке. Далее такой товар передают обратно продавцу для устранения нарушения маркировки.

Таким образом, согласно ст. 15.12 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, за реализацию немаркированных товаров юридические лица понесут административную ответственность с конфискацией предметов нарушения с наложением административного штрафа в размере от пятидесяти тысяч до трехсот тысяч рублей [10].

Перейдем к правам и обязанностям потребителя. Согласно ст. 7 Закона «О защите прав потребителей» потребитель имеет право на безопасность товара для жизни и здоровья, в том числе во время его использования, хранения, утилизации.

Правом потребителя является возможность отказа от исполнения договора розничной купли-продажи согласно п. 4 ст. 26.1 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей».

Обязанность потребителя по отношению к продавцу товара заключается в принятии и оплате товара.

В ситуации возврата товара ненадлежащего качества, потребитель обязан сохранить товарный вид и потребительские свойства, согласно п. 4 ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей», при этом не подлежит возврату товар, если он может быть использован исключительно покупателем.

Последствия продажи товаров ненадлежащего качества при дистанционном способе продажи установлены положениями ст. ст. 18-24 Закона РФ «О защите прав потребителей». В соответствии с п. 1 ст. 18 вышеупомянутого закона, покупатель при покупке товара ненадлежащего качества вправе потребовать замены на товар этой же марки; замены на аналогичный товар другой марки; потребовать уменьшения цены товара; устранения недостатков или возмещения расходов на их устранение; отказаться от исполнения договора розничной купли-продажи и вернуть

денежные средства, уплаченные за товар. В случае возврата потребителю денежных средств, последний должен по требованию продавца возвратить товар ненадлежащего качества. В случае дистанционной купли-продажи доставка такого товара от покупателя осуществляется за счет продавца.

В случае приобретения потребителем товара имеющего индивидуально-определенные свойства, он не может отказаться от такого товара, если данный товар надлежащего качества, согласно абз. 3 п. 4 ст. 26.1 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей». Товарами с индивидуально-определенными свойствами признаются такие товары, которые могут быть использованы исключительно приобретшим его потребителем.

2.2 Договор розничной купли-продажи, заключаемый дистанционным способом

Мнения исследователей о договоре розничной купли-продажи при дистанционном способе разнятся, ознакомимся с несколькими из них. По мнению Кузьменко А.С. договор розничной купли-продажи при дистанционной торговле выделяется в отдельный вид договора [13]. Парций Я.Е. относит дистанционную торговлю к форме договора розничной купли-продажи [18]. Ефимова Л.Г. считает, что договор электронной формы является самостоятельной формой договора и необходимо понимать соглашение в виде гипертекстового документа, который заключается различными способами дистанционно [8]. Юкша Я.А. указывает, что продажа товара дистанционным способом это один из видов договора розничной купли-продажи [39].

Таким образом, авторы исследуемой темы не приходят к единому мнению относительно вопроса выделения договора розничной купли-продажи, заключенного дистанционным способом в отдельный вид такого

договора. Однако положения о договоре розничной купли-продажи содержат признаки договора розничной купли-продажи заключенного дистанционно.

Согласно Федеральному закону от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» розничная торговля это вид торговой деятельности, связанный с «приобретением и продажей товаров для их последующего использования в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности» [32].

Договор купли-продажи – это соглашение о передаче одной стороны другой стороне вещь, за которую последний обязуется принять товар (вещь) и оплатить денежную сумму (ст. 454 ГК РФ). Договор розничной купли-продажи – это продажа предпринимателем товаров в розницу покупателю, для личного использования последним (ст. 492 ГК РФ). Когда покупателем является юридическое лицо, купля-продажа дистанционным способом регулируется положениями о розничной купле-продаже ст. ст. 492 – 497 ГК РФ.

Заключенный дистанционным способом договор розничной купли-продажи – это форма заключения такого договора, при котором ознакомление покупателя с товаром происходит посредством изображений, фотоснимков и текстового описания через различные каналы передачи информации, заключение вне стационарного места торговли (ст. 497 ГК РФ).

Гражданско-правовая форма договора, заключенного дистанционным способом аналогична форме договора розничной купли-продажи обычным способом. С некоторым отличием: отсутствие непосредственного контакта с продавцом у потребителя в момент заключения договора розничной купли-продажи дистанционным способом. Согласно п. 12 Правил продавец обязан заключить договор розничной купли-продажи с любым, кто выразит намерение приобрести товар на условиях оферты продавца. Субъектами договора заключенного дистанционным способом розничной купли-продажи являются с одной стороны – продавец, с другой стороны – потребитель.

Офертой является предложение одному или нескольким лицам, которое выражает намерение лица сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, согласно ст. 435 ГК РФ. В случае заключения договора розничной купли-продажи дистанционным способом такая оферта признается публичной, если она содержит существенные условия договора розничной купли-продажи, согласно ст. 494 ГК РФ. В свою очередь п. 2 ст. 437 Гражданского кодекса Российской Федерации определяет публичную оферту как приглашение заключить договор на указанных условиях с любым отозвавшимся.

Принятие предложения оферты признается акцептом (п. 1 ст. 438 ГК РФ). К способам подтверждения принятия акцепта относятся: направление покупателю уведомления в «Личный кабинет»; направление уведомления на электронную почту; направление уведомительного сообщения на телефон; информирование через телефонный звонок [5].

При заключении договора классическим способом в стационарном магазине моментом заключения договора является оплата товара. Обязательством о передачи товара при заключении договора купли-продажи дистанционно будет являться получение продавцом акцепта покупателя, если в оферте продавца не содержится иное условие. Моментом заключения договора розничной купли-продажи согласно ст. 493 ГК РФ является выдача потребителю чека, а значит, к договору купли-продажи дистанционным способом также относятся это положение. Выдаваемый потребителю чек может быть товарным или кассовым или электронным документом. Согласно абзацу 2 пункта 13 Правил продажи товаров при дистанционном способе продажи товаров по договору розничной купли-продажи договор считается заключенным с момента получения сообщения о намерении заключить договор или с момента выдачи чека. При этом согласно ст. 493 ГК РФ отсутствие вышеупомянутых документов не лишает покупателя права ссылаться на свидетельские показания.

Переход права собственности у приобретателя согласно пункту 1 статьи 223 Гражданского кодекса РФ, происходит в момент ее передачи. Одновременно с этим стороны договора могут по своему усмотрению определить момент возникновения права собственности у приобретателя.

Момент перехода прав собственности при дистанционной продаже зависит от способа оплаты заказа товара, от формы оплаты, указанной в оферте продавца, согласно п. 13 Правил продажи при дистанционном способе. Если в договоре розничной купли-продажи товар оплачивается при его получении покупателем, переход права собственности возникает в момент оплаты товара.

Предметом договора купли-продажи дистанционным способом является товар, приобретаемый для личного, бытового использования, не для предпринимательской деятельности. Существенным условием договора купли-продажи товара, согласно п. 3 ст. 455 Гражданского кодекса РФ, является условие о предмете и считается согласованным, если определены наименование товара и его количество.

Левшина Т.Л. верно указывает, что приобретаемый товар должен иметь предназначение, которое не связано с осуществлением предпринимательской деятельности, а количество товара в розницу не должно превышать потребности бытового использования такого товара [14].

Белова О.А. считает, что цена должна быть существенным условием договора дистанционной купли-продажи, потому что при изменении цены на товар покупатель может считать договор незаключенным [2].

Условие о цене в договоре, также применяется в отношении договора заключенного дистанционным способом. В статье 500 Гражданского кодекса РФ указано: «покупатель обязан оплатить товар по цене, объявленной продавцом в момент заключения договора, если иное не предусмотрено законом». При отсутствии стоимости товара в договоре покупатель не теряет обязательство оплатить его в момент доставки, поэтому цена – может быть существенным условием. Отсутствие цены в договоре может стать поводом

для покупателя для отказа от исполнения договора и (или) дальнейшего разбирательства в суде.

Дополнительным условием в договоре к цене является условие оплаты товара. Оплатой товара является перечисление денежных средств с помощью специальных технологий.

Оплата по договору купли-продажи может осуществляться различными способами:

- внесение аванса,
- «наложенным» платежом,
- безналичная оплата с банковской карты,
- оплата кредитной картой.

В случае неоплаты покупателем товара в установленный договором срок, если договором купли-продажи предусмотрена предварительная оплата (статья 487 ГК РФ), это будет считаться отказом покупателя от исполнения договора, согласно пункту 2 статьи 500 ГК РФ.

В силу пункта 3 статьи 497 Гражданского кодекса Российской Федерации договор розничной купли-продажи, заключенный дистанционным способом, считается исполненным с момента доставки товара в указанное договором место, если такое место не указано – с момента доставки товара по месту жительства покупателя, если иное не установлено законом или договором.

В п. 20 Правил установлено, что доставленный товар передается потребителю по указанному им адресу или лицу, которое предъявит информацию, идентифицирующую факт заключения договора розничной купли-продажи. При этом продавец обязан предупредить покупателя о намерении использовать услуги третьих лиц, например, при использовании услуг транспортной компании. Продавец должен предложить покупателю услуги по доставке товара с использованием почтовой пересылки, транспортных компаний. При этом без согласования условия по доставке товара договор не сможет считаться заключенным. Заключенным договор

будет считаться, если стороны согласовали все существенные условия договора, в соответствии с п. 1 ст. 432 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Специальной мерой от ненадлежащего исполнения обязательств со стороны продавца законодатель прописал в ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей» возможность для потребителя отказаться от товара, приобретенного дистанционным способом:

- в любое время до передачи товара покупателю;
- в течение семи дней после передачи покупателю;
- в трехмесячный срок с момента передачи товара покупателю, если продавец не предоставил информацию о порядке и сроке возврата товара надлежащего качества в момент доставки товара.

Возврат оплаченных потребителем денежных средств осуществляется в зависимости от способа оплаты. При оплате с банковской карты письмо Центрального Банка Российской Федерации от 01.08.2011 г. №112-Т «О возврате денежных средств за товар (услугу), ранее оплаченный с использованием платежной карты» разъясняет, что возврат средств за оплаченный товар происходит на счет или карту покупателя.

Таким образом, в данной главе мы сформулировали понятие и выявили признаки договора розничной купли-продажи, который заключается дистанционным способом, а также указали существенные условия договора и рассмотрели способы оплаты товара по вышеупомянутому договору и сделали следующие выводы:

- договор розничной купли-продажи заключенный дистанционным способом является консенсуальным, так как заключается с момента акцепта покупателем оферты;
- договор возмездный, поскольку одна из сторон (продавец) договора получает оплату за товар;
- договор является взаимным, права и обязанности возникают у двух сторон относительно друг друга;

- является публичным, так как должен заключаться с любым, кто выразил такое желание;
- данный договор является договором присоединения, поскольку условия его заключения определены одной стороной.

Требования к предмету договора при дистанционном способе:

- товар должен быть предназначенным для продажи при дистанционном способе продажи товаров;
- товар должен быть оборотоспособным – свободно отчуждаться на возмездной основе договора;
- товар должен полностью соответствовать информации, предоставленной продавцом товара.

Глава 3 Проблемы правового регулирования и перспективы развития законодательства в сфере продажи товаров дистанционным способом

3.1 Проблемы правового регулирования продажи товаров дистанционным способом

Правовое регулирование дистанционной торговли сегодня основывается на аналогии права, связанного с классической торговой деятельностью. При этом дистанционная продажа товаров сегодня занимает лидирующие по развитию позиции в сфере розничной купли-продажи, вместе с этим увеличиваются и спорные моменты во взаимодействии продавцов с покупателями. В 2021 году в силу вступили обновленные правила продажи товаров дистанционным способом, однако, все еще имеются некоторые пробелы.

Салтыкова И.В. считает, что многие опасаются совершать покупки дистанционно, включая уже зарекомендовавшие себя на рынке магазины, из-за негативного опыта знакомых, поскольку у покупателя после оплаты остается только выписка со счета о переводе [27].

Постановлением Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 г. № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» разъяснено, что выписка с банковского счета покупателя с указанием получателя является подтверждающим фактом покупки при дистанционном способе продажи товара. Подтверждением также могут являться и другие документы, которые подтверждают факт перевода денежных средств [25].

К проблемам правового регулирования продажи товаров дистанционным способом можно отнести:

- отсутствие Федерального закона «Об электронной торговле», необходимо законодательно закрепить сферу электронной торговли;
- отсутствие типового договора розничной купли-продажи при дистанционном способе;
- отсутствие единой электронной базы рецептов, что необходимо для осуществления дистанционной продажи рецептурных лекарственных препаратов;
- отсутствие правового регулирования торговых цифровых платформ и маркетплейсов.

В российском законодательстве пока еще нет единого понимания определения электронных договоров, в результате возникает множество противоречий в электронной коммерции, следовательно, и судебной практики.

Спорным моментом в новом переиздании Правил продажи товаров при дистанционном способе можно назвать пункт 16, который указывает, что товар признается непредназначенным для продажи дистанционно, если требуется согласование наличия, количество товара или если продавец определил, что товар не предназначен для продажи дистанционным способом. Фактически всегда происходит согласование о наличии товара, его количество, данные условия являются определяющим фактором для покупателя при выборе товара.

Существует своевременная необходимость правового регулирования прав и обязанностей торговых цифровых платформ (маркетплейсов), а также продавцов (поставщиков). В офертах некоторых маркетплейсов содержится противоречие некоторых пунктов в части запрещения указания продавцами своих контактных данных. Так, за указание продавцом своих данных, а именно сайта собственного интернет-магазина, телефонных номеров, электронного ящика, офертой нескольких маркетплейсов предусмотрена существенная штрафная санкция. Данное положение противоречит Правилам продажи товаров дистанционным способом в Постановлении Правительства

РФ от 31.12.2020 № 2463. В п. 19 содержится положение, при котором, юридические лица, индивидуальные предприниматели обязаны указывать наименование, ОГРН, адрес электронной почты и (или) номер телефона, адрес и место нахождения.

Федеральным законом от 27.11.2018 № 422 «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» граждане физические лица, производящие товар собственного производства, получили возможность реализации своего товара посредством дистанционной торговли. Так, физические лица осуществляют торговлю наряду с индивидуальными предпринимателями и организациями. Однако, одни ввиду неосведомленности и неоднозначности толкования закона, другие ввиду злого умысла, не всегда осуществляют свою деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами. Что в свою очередь может приводить к реализации товаров, на которые требуется сертификация или декларация. Конечно, маркетплейсы выявляют таких продавцов на своей площадке, но чаще всего уже после произведенных продаж и после запроса документов на товар потребителем. Приобретение не сертифицированной продукции ущемляет права потребителя.

Несмотря на некоторые подобные недоработки, которые в будущем должны быть разрешены в правовом поле, данный эксперимент уже показал свою эффективность. Начинающие предприниматели смогли начать собственное производство, которое в будущем сможет развиваться в следующие субъекты предпринимательства.

Для потребителей основной проблемой, с которой они сталкиваются при покупке товаров дистанционным способом, можно выделить невозможность ознакомления с товаром, несоответствие изображения и полученного товара, наличие в продаже контрафактных изделий.

С целью борьбы с контрафактными товарами в настоящее время осуществляется маркировка товаров, которые подлежат маркировке средствами идентификации. Так для торговли определенными видами товара

требуется оформление такой документации как лицензия, сертификат соответствия качеству, контрольный идентификационный знак (КИЗ). Данная маркировка позволяет отслеживать реализацию товара в системе, что в свою очередь позволяет уменьшить объем контрафактной продукции и обеспечить защиту потребителей. Для реализации такой защиты от контрафактных товаров в Федеральный закон от 28.12.09 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» внесены дополнения, при которых Правительство РФ утверждает перечень товаров, подлежащих маркировке и правила такой маркировки [32]. Если цифровые платформы (маркетплейсы) могут регулировать движение таких товаров, то проблема с менее масштабными интернет-магазинами еще остается.

Нельзя не отметить участившиеся случаи онлайн-мошенничества, когда за сайтом интернет-магазина скрывается мошенник, который после получения оплаты от покупателя за заказ товара не осуществляет торговлю. Такие сайты работают не с целью осуществления предпринимательской деятельности, а с целью мошенничества и неосновательного обогащения. Мошеннические действия осуществляются и по отношению к продавцам, например, на торговых онлайн площадках, когда личный кабинет продавца взламывается и размещается информация о товаре и способе оформления заказов не через сайт, а через номер телефона, который указывают мошенники. Далее покупатель связывается по указанному номеру и производит оплату заказа.

М.В. Демченко и В.К. Шайдуллина указывают на проблему безопасности обмена информацией и сложность идентификации участников онлайн сделок [7]. В сфере дистанционной торговли всем покупателям приходится передавать свои персональные данные для оформления покупки. Покупатель передает информацию об имени, фамилии, адресе проживания и номере телефона. Таким образом, владелец интернет-магазина является оператором по обработке персональных данных и должен обеспечить

должное хранение таких данных и их безопасность. Согласно Закону «О персональных данных» продавец не имеет права собирать информацию о покупателе без его согласия и передавать собранную информацию третьим лицам [30]. Однако, часто покупатели не застрахованы от таких незаконных действий как взлом базы персональных данных. Далее эти данные могут быть использованы в мошеннических действиях.

При покупке через сеть «Интернет», потребитель не может быть уверенным в реальности написанных отзывов о товаре на сайте. Как верно замечает И.В. Салтыкова, «нельзя быть уверенным на сто процентов, так как среди фрилансеров широко распространена вакансия именно по написанию отзывов» [27]. С данным негативным аспектом дистанционной торговли, например, маркетплейсы противостоят наложением штрафов на продавцов за выявленные фиктивные отзывы. Такие фиктивные отзывы не редко используют продавцы с целью продвижения своего товара. Из-за таких недобросовестных методов продвижения своего товара продавцами, некоторые цифровые платформы (маркетплейсы) вводят штрафные санкции (неустойки) за выявленные нарушения.

Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин и Т.В. Панкина в своих работах замечают: «ухудшается также состояние рынка бытовой электроники, так как официальная электроника нелегальные копии не воспроизводит, в то время как техника «серых» производителей такие копии воспринимает» [38]. Авторы здесь указывают на проблему идентификации при дистанционной торговле оригинального товара производителя от копии другого производителя под брендом оригинального изготовителя. С целью минимизирования на рынке контрафактной продукции, я считаю возможным создание единой информационной базы недобросовестных поставщиков. Предложения таких поставщиков торговые онлайн-платформы смогут отклонять на основании зафиксированных ранее нарушений, которые будут указаны в единой информационной базе. Данная мера позволила бы усилить

защиту потребителей от некачественного товара и незаконного оборота, повысила бы доверие покупателей.

3.2 Перспективы развития законодательства Российской Федерации в сфере дистанционной продажи товаров

Ввиду феноменального развития роли маркетплейсов в экономике России, и вытеснении других видов дистанционной торговли, созрела потребность в регулировании деятельности таких торговых площадок. Так, ряд авторов считают, что электронная торговля приобретает все большую роль в экономике. Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин и Т.В. Панкина в своих работах отмечают: «именно этот сегмент компаний сможет существенно увеличить долю малого бизнеса в ВВП страны» [38].

В регулировании отношений между продавцом (исполнителем) и маркетплейсом встречаются: агентское соглашение, договор возмездного оказания услуг, смешанный договор. Такое разное регулирование юридических отношений может создавать неконкурентные условия ведения предпринимательской деятельности. Маркетплейс, как хозяйствующий субъект применяет внутренние правила ведения деятельности, часто при которых возникают спорные моменты с продавцами. Оферта онлайн-площадок для предпринимателей действует на принципе свободы договора (ст. 421 Гражданского кодекса РФ). Каждый субъект принимает самостоятельно решение о ведении своей предпринимательской деятельности, соглашается с условиями оферты цифровой площадки, однако, на практике продавцы сталкиваются с такими явлениями как несоизмеримые штрафы, блокировка рабочего кабинета. А также сложности в расчете комиссий, отсутствует своевременная консультационная связь для решения возникающих ситуаций. Наличие прав цифровых платформ и обязанностей бизнес участников в соглашении часто указывает на неравный правовой

статус и несправедливые условия для осуществления предпринимательской деятельности.

Большинство продавцов осуществляющих дистанционную продажу на маркетплейсах являются представителями малого и среднего бизнеса, развитие и поддержка которого является приоритетным направлением для государства [11].

Из-за постоянно возникающих споров между участниками дистанционной интернет-торговли, как самым быстроразвивающимся видом дистанционной торговли, представляется необходимым разработка законопроекта о регулировании деятельности цифровых платформ (маркетплейсов).

Мы предполагаем, что законодателем будут приняты следующие решения:

- понятие «маркетплейс» и другие определения участников цифровых платформ будут введены в законодательную базу;
- будет введен регуляторный орган цифровых платформ (маркетплейсов);
- будет разработан законопроект о регулировании деятельности цифровых платформ (маркетплейсов).

В частности понятие «цифровая платформа (маркетплейс)» нами понимается как хозяйствующий субъект, осуществляющий работу с использованием программ в сети «Интернет», способствующий совершению сделок между поставщиками и покупателями, и оказывающий услуги по хранению и транспортировке товаров. Также в законодательную базу должно быть введено понятие «пункт выдачи заказов», как хозяйствующий субъект, осуществляющий свою деятельность по приемке, хранению, выдаче товаров на основании договора с цифровой платформой (маркетплейсом).

В проекте закона важно определить ответственность поставщиков, пунктов выдачи заказов и других посредников за не выполнение или ненадлежащие исполнение своих обязательств. При этом важно учесть

применение неустойки в отношении указанных субъектов при некоторых условиях. Неустойка должна быть соразмерной допущенному нарушению и принесенным убыткам цифровой платформе. Неустойка должна применяться в отношении субъекта на основании доказательства цифровой платформы и выставленного акта.

Представляется, что дополнительное урегулирование со стороны законодателя в данной сфере дистанционной торговли, сократит постоянно возникающие между ее участниками существующие коллизии и споры.

В предыдущем параграфе мы уже рассматривали проблемы связанные с осуществлением дистанционной торговли таких субъектов как «плательщики налога на профессиональный доход». Граждане, являющиеся налогоплательщиками налога на профессиональный доход не вправе: осуществлять реализацию подакцизных и подлежащих обязательной маркировке товаров; осуществлять перепродажу товаров [35]. Ввиду увеличения количества таких продавцов, должен быть решен правовой вопрос о разрешении сертификации товаров для физических лиц. При этом на данный момент получение сертификации и декларирование своего товара доступно только для индивидуальных предпринимателей и юридических лиц [23].

Поскольку на данный момент продажа разрешается только продукции собственного производства и товаров без обязательной маркировки, также представляется возможным внесение поправок в Закон для возможности сертификации товаров для продавцов физических лиц. В данном вопросе мы видим решение проблемы в разработке технического ограничения на онлайн-площадках при создании некоторых карточек товаров для продавцов, которые платят налог от осуществления профессиональной деятельности. На законодательном уровне разрешить таким продавцам физическим лицам проходить сертификацию некоторых видов товаров. А также предметно прописать, что могут производить и продавать такие продавцы, в том числе при дистанционном способе продажи товаров.

Ввиду наличия вышеупомянутых пробелов, представляется необходимым дополнительное регулирование в организации работы данной категории бизнеса, а именно законодательно разрешить сертификацию некоторых видов товаров. Это представляется возможным, поскольку с 29 июля 2023 года вступит в силу Федеральный закон «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации», в соответствии с которым регистрировать товарные знаки смогут не только юридические лица и индивидуальные предприниматели, но и физические лица [36].

Пимаева О. А. в своей работе предлагает в качестве меры защиты прав потребителей разработать средства индивидуализации для сайтов, которые бы подтверждали, что эти сайты действительно осуществляют торговлю [19]. Предлагаемые автором подобные меры уже действуют на некоторых цифровых платформах, но в плане подтверждения сертификации и декларирования товара. Так, продавцы могут в режиме онлайн на торговой площадке ввести данные сертификата, впоследствии на веб-странице такого товара будет размещена информация о подтверждении качества этого товара. Данные меры, по разработке средств индивидуализации сайтов, смогут повысить доверие потребителей к продавцам и непосредственно к самим торговым цифровым платформам, интернет-магазинам.

В настоящее время на стадии рассмотрения Государственной Думой находится проект Федерального закона № 1138398-7 «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)», который имеет цель создания онлайн-системы для урегулирования споров [16]. Данный проект подразумевает собой создание условий для упрощенной и эффективной защиты прав потребителей. А также снижение издержек на ведение судебной защиты, и как следствие укрепление доверия покупателей в сфере дистанционных продаж. Подача потребителем претензий, получение ответа от продавца (изготовителя), привлечение экспертов для ведения спора, просмотр информации по решению, а также

урегулирование спора путем мирного соглашения будет осуществляться на платформе Единого портала государственных услуг (ЕПГУ). В процессе спора посредством регулирования такого онлайн-сервиса по согласованию с потребителем будет реализована возможность изменения требований. Например, вместо обмена товара на аналогичный потребитель сможет потребовать у продавца возврат товара и возмещение денежных средств.

По итогу рассуждений можно сделать вывод что, несмотря на выявленные пробелы в сфере правового регулирования продажи товаров дистанционным способом, законодатель стремится к урегулированию спорных моментов в данной сфере. Однако все еще имеется острая необходимость в разработке новых норм, которые урегулируют данную активно развивающуюся отрасль. В данной работе мы предложили некоторые пути совершенствования правового регулирования в сфере дистанционной торговли.

Заключение

Дистанционный способ покупки товаров с каждым годом охватывает все большее количество покупателей. Современный потребитель ищет в совершении покупок простоту оформления заказа и удобство доставки заказанного им товара. Дистанционная торговля дает возможность приобретать товары производителей почти из любого региона страны.

Продажа товаров дистанционным способом в России имеет серьезные тенденции к дальнейшему развитию ввиду ухода с рынка в 2022 году части зарубежных компаний. На российский рынок выходит большое количество новых производителей, стремящихся заместить ушедшие компании и предложить российскому потребителю товары отечественного производства. Покупатели будут чаще использовать отечественные торговые цифровые платформы, что означает развитие таких платформ, и в целом окажет положительное влияние на распространение дистанционной торговли в России.

В процессе исследования мы выявили свои отличительные признаки дистанционной продажи товаров. Торговля осуществляется без непосредственного общения продавца и покупателя в момент заключения договора розничной купли-продажи и вне стационарного места продажи товара, а ознакомление покупателя с товаром происходит посредством информации, предоставленной продавцом и посредством размещения изображений товара. Продавец после получения сообщения о намерении у потребителя приобрести товар, должен подтвердить заключение договора. Подтверждением будет являться номер заказа, который будет содержать в себе информацию о заключенном договоре купли-продажи. Обязательным условием договора является последующая транспортировка товара покупателю.

В российском гражданском законодательстве до настоящего времени нет определения понятия «договор розничной купли-продажи товаров

дистанционным способом». Исследователи по данному вопросу расходятся во мнении, определяя такой договор как разновидность купли-продажи по образцам, или как отдельный вид договора розничной купли-продажи, или как самостоятельный вид договора.

Специфика купли-продажи дистанционным способом, имеет некоторые особенности:

- каждый интернет-магазин должен размещать оферту на сайте;
- продавец подтверждает условия продажи, эти условия должны быть прописаны в оферте;
- продавец должен подтверждать заказ покупателя путем идентификации заказа;
- продавец должен размещать информацию в канале связи, где указывается электронный адрес, номер телефона, основной государственный регистрационный номер (ОГРН);
- продавец может сам прописать процесс принятия претензий, если данную информацию он не донесет до своего покупателя, то покупатель имеет право подать жалобу любым способом;
- продавец обязан принять товар обратно, в том числе надлежащего качества: технически сложные товары, ювелирные украшения.

Таким образом, мы выявили признаки договора, заключаемого дистанционно: договор является консенсуальным, заключается с момента акцептирования; публичный, должен быть заключен с любым, кто обратится к продавцу; договор является договором присоединения, так как условия определяются одной из сторон, но присоединившаяся сторона вправе потребовать изменения договора согласно ст. 428 Гражданского кодекса РФ. Существенными условиями являются наименование и количество товара, а также цена. Предметом договора является товар, который потребитель приобретает для личных нужд.

Участниками правоотношений при дистанционной купле-продаже являются хозяйствующие субъекты, потребители. Хозяйствующими

субъектами являются юридические или физические лица – индивидуальные предприниматели, которые осуществляют реализацию товара. Потребителем является физическое лицо, имеющее намерение или уже совершившее покупку товара, исключительно для личных нужд, не для предпринимательской деятельности.

Сегодня правовое регулирование деятельности участников электронной торговли представляет собой упрощенную форму. В выпускной квалификационной работе мы предложили дополнительно урегулировать правила и условия работы торговых онлайн-платформ, а также их взаимодействие с продавцами. Дополнительное урегулирование со стороны законодателя в данной сфере дистанционной торговли, сократит возникающие между продавцами и торговыми площадками существующие споры.

В настоящее время количество споров связанных с защитой прав потребителей из-за дистанционной продажи товаров растет, что говорит о необходимости тщательной проработки этой сферы в правовой регламентации. Потребители сталкиваются с такими проблемами, как несоответствие изображений и описания с полученным товаром, наличие контрафактных изделий.

Существует необходимость дополнительного регулирования продавцов физических лиц, применяющих налоговый режим «Налог на профессиональный доход». Часто такие продавцы реализуют на цифровых площадках товары, на которые требуется оформление документации. На данный момент оформить сертификат соответствия качества могут только юридические лица и индивидуальные предприниматели. В то время как, приобретение не сертифицированной продукции ущемляет права потребителя. Представляется возможным законодательно разрешить сертификацию некоторых видов товаров, подлежащих обязательной сертификации, продавцам физическим лицам, применяющим специальный налоговый режим.

В процессе исследования мы выявили некоторые пробелы в правовом регулировании продажи товаров дистанционным способом: отсутствие типового договора розничной купли-продажи дистанционным способом; отсутствие электронной базы рецептов для осуществления дистанционной продажи лекарств; отсутствие правового регулирования торговых цифровых площадок (маркетплейсов).

Многие исследователи указывают на своевременную необходимость принятия Закона «Об электронной торговле», в котором законодатель конкретизировал бы права и обязанности участников торговой деятельности, способы их защиты. Также в российском законодательстве следует прописать определения таких понятий как «электронный договор», «электронная сделка». Понятие «маркетплейс» и другие определения участников цифровых платформ также должны быть введены в законодательную базу. Особое внимание к правовому урегулированию требуется к онлайн-платформам ввиду многочисленности участвующих субъектов и возникающих между ними споров.

С учетом роста дистанционной торговли, особенно интернет-торговли и возрастающего количества жалоб не только от потребителей на онлайн-покупки, но и от продавцов на их взаимодействие с агрегаторами, существует необходимость в развитии механизмов урегулирования споров и создания благоприятного развития дистанционной торговли в России для всех ее участников. Новые нормы должны соблюсти баланс прав и обязанностей участников торговли, а также они должны быть основаны на принципе справедливости.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Апелляционное определение Санкт-Петербургского городского суда от 14.01.2020 по гражданскому делу № 33-1247/2020 // Санкт-Петербургский городской суд : [сайт]. URL: https://sankt-peterburgsky-spb.sudrf.ru/modules.php?name=sud_delo&srv_num=1&name_op=case&case_id=74276564&case_uid=9a4b1655-2b93-4ef9-b7ed82c9bd15717&delo_id=5&new=5 (дата обращения: 01.06.2023).

2. Белова О.А. Правовая характеристика существенных условий договора дистанционной купли-продажи, определяющих его место в системе договоров купли-продажи // Legal Concept. 2015. № 1(26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovaya-harakteristika-suschestvennyh-usloviydogovora-dstantsionnoy-kupli-prodazhi-opredelyayuschih-ego-mesto-v-sistemedogovorov> (дата обращения: 01.06.2023).

3. Бельская А.А. Специфика правовой природы дистанционного способа купли-продажи // Вестник Российского университета кооперации. 2018 №2 (32). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-pravovoi-prirody-dstantsionnogo-sposoba-kupli-prodazhi> (дата обращения: 01.06.2023).

4. ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения. Утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст (ред. от 30.09.2022) // Консультант плюс: справочно-правовая система.

5. 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 // Консультант плюс: справочно-правовая система.

6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // СЗ РФ. 1996. № 5. Ст. 410.

7. Демченко М.В., Шайдуллина В.К. Правовое регулирование электронной торговли в условиях функционирования специальных правовых режимов // Предпринимательское право. 2020. № 3. С. 37 – 45.

8. Ефимова Л.Г. Понятие и правовые особенности электронного договора // Законы России: опыт, анализ, практика. 2019. N 7. С. 84 - 90.

9. Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 05.12.2022) // СЗ РФ. 1996. № 3. Ст. 140.

10. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ // СЗ РФ. 2002. № 1. Ст. 1.

11. Козинец Н.В. Правовое регулирование деятельности маркетплейсов: актуальные проблемы // Закон и власть. 2023. № 1. С. 29-31.

12. Косарев А.С. Проблемы правового регулирования сделок в сфере электронной коммерции: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. // Москва., 2010. 159 с.

13. Кузьменко А.С. Договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 // Москва. 2010. 28 с.

14. Левшина Т.Л. Договор розничной купли-продажи // Законодательство и экономика. 2014. № 7-8.

15. Об электронной торговле : проект федер. закона N 11081-3 (ред., внесенная в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 03.10.2000). URL: <http://www.duma.gov.ru> (дата обращения: 01.06.2023).

16. О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» и Федеральный закон «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» в части создания правовой основы для развития системы альтернативных онлайн-механизмов урегулирования споров : проект федер. закона. URL: <http://www.duma.gov.ru> (дата обращения: 01.06.2023).

17. О проведении эксперимента по осуществлению розничной продажи вина, крепленого вина, игристого вина, произведенных из винограда,

выращенного на территории Российской Федерации, с использованием специализированного сайта акционерного общества «Почта России» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»: проект федер. закона. URL: <http://www.duma.gov.ru> (дата обращения: 01.06.2023).

18. Парций Я.Е. Комментарий к Закону РФ «О защите прав потребителей». Москва: Норма, 2007. 558 с.

19. Пимаева О.А. Защита прав потребителей в сфере дистанционной торговли по гражданскому законодательству Российской Федерации // Молодой ученый. 2017. № 41 (175). URL: <https://moluch.ru/archive/175/45891/> (дата обращения: 01.06.2023).

20. Постановление Правительства РФ от 10.11.2011 N 924 (ред. от 27.03.2019) «Об утверждении перечня технически сложных товаров» // Консультант плюс: справочно-правовая система.

21. Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» от 27.09.2007 № 612 // СЗ РФ. 2007 № 41. С. 4894. Утратил силу.

22. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» // СЗ РФ. 2020. № 3. Ст. 593.

23. Постановление Правительства РФ от 24.07.2021 г. N 1265 «Об утверждении Правил обязательного подтверждения соответствия продукции, указанной в абзаце первом пункта 3 статьи 46 Федерального закона "О техническом регулировании» // СЗ РФ. 2021. № 31. Ст. 5928.

24. Постановление Правительства РФ от 29.07.2022 г. N 1351 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2019 г. N 1956 и признании утратившими силу отдельных положений акта Правительства Российской Федерации» // СЗ РФ. 2022. № 32. Ст. 5828.

25. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» // Консультант плюс: справочно-правовая система.

26. Постановление Правительства РФ от 16.05.2020 г. № 697 (ред. от 31.05.2021) «Об утверждении Правил выдачи разрешения на осуществление розничной торговли лекарственными препаратами для медицинского применения дистанционным способом, осуществления такой торговли и доставки указанных лекарственных препаратов гражданам» // СЗ РФ. 2020. № 21. Ст. 3278.

27. Салтыкова И.В. Актуальные проблемы правового регулирования дистанционной торговли // Молодой ученый. 2021. № 3 (345). С. 215-218. URL: <https://moluch.ru/archive/345/77737/> (дата обращения: 01.05.2023).

28. Указ Президента РФ от 22.02.1992 N 179 (ред. от 17.03.2020) «О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена» // Консультант плюс: справочно-правовая система.

29. Федеральный закон от 22.11.1995 N 171-ФЗ (ред. от 28.04.2023) «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» // СЗ РФ. 1995. № 48. Ст. 4553.

30. Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 (ред. от 6.02.2023) N 152-ФЗ // СЗ РФ. 2006. № 31 (Ч. 1-2). Ст. 3451.

31. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (ред. от 29.12.2022) // СЗ РФ. 2006. № 31 (Ч. 1). Ст. 3434.

32. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 06.02.2023) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2010. № 1. Ст. 2.

33. Федеральный закон от 12.04.2010 N 61-ФЗ (ред. от 19.12.2022) «Об обращении лекарственных средств» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2023) // СЗ РФ. 2010. № 16. Ст. 1815.

34. Федеральный закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции» от 23.02.2013 N 15-ФЗ // СЗ РФ. 2013. № 8. Ст. 721.

35. Федеральный закон от 27.11.2018 N 422-ФЗ (ред. от 28.12.2022) «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» // СЗ РФ. 2018. № 49 (Ч. 1). Ст. 7494.

36. Федеральный закон от 28.06.2022 № 193-ФЗ «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации» // СЗ РФ. 2022. № 27. Ст. 4594.

37. Хисматулин О.Ю. Отдельные аспекты развития правового регулирования дистанционной торговли в России // Евразийская адвокатура. 2016. № 2 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otdelnye-aspekty-razvitiya-pravovogo-regulirovaniya-distantcionnoy-torgovli-v-rossii/viewer> (дата обращения: 01.06.2023).

38. Электронная коммерция: Учеб. пособие / Л.А. Брагин, Г. Г. Иванов, А.Ф. Никишин, Т.В. Панкина. – Москва: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2022. URL: <https://znanium.com/read?id=400267> (дата обращения: 01.06.2023).

39. Юкша Я.А. Гражданское право. В 2 частях. Часть 2. Учебное пособие. М.: РИОР, 2020. С. 232.