

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Пензенский государственный университет»**

Юридический институт

Кафедра «Частное и публичное право»
(наименование)

Направление подготовки

40.04.01 «Юриспруденция»
(код и наименование)

Магистерская программа «Гражданское право; предпринимательское право»
(наименование)

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему **Защита прав потребителей по договору розничной купли-
продажи при дистанционном способе**

Студент 20ЮЮМ2 Вдовин Александр Олегович
номер группы подпись, дата фамилия, имя, отчество полностью

Научный руководитель: к. ю. н., доцент Феоктистов Д.Е.
подпись, дата фамилия, инициалы

Консультанты:

по _____
наименование раздела, звание, должность подпись, дата фамилия, инициалы

по _____
наименование раздела, звание, должность подпись, дата фамилия, инициалы

Нормоконтролер: к. ю. н., доцент Портнова Е.В.
должность подпись, дата фамилия, инициалы

Рецензент: к.ю.н., ведущий юрисконсульт
ИП Юмин К.С. _____ Прохоров А.А.
должность подпись, дата фамилия, инициалы

Работа допущена к защите в (протокол заседания кафедры от ____ 2022 № __)
Заведующий кафедрой ЧиПП _____ Казакова Е.Б.
название подпись, дата фамилия, инициалы

Работа защищена с оценкой _____ (Протокол от ____ 2022 г. № __)
Секретарь ГЭК _____ Вдовина Т.Е.
подпись, дата фамилия, инициалы

Пенза, 2022 г.

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Юридический институт
Направление «Юриспруденция»

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой ЧиПП

_____/Казакова Е.Б./

____ 2020 г.

ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу студента гр. № 20ЮЮМ2

Вдовина Александра Олеговича

1. Тема работы: «Защита прав потребителей по договору розничной купли-продажи при дистанционном способе».

2. Научный руководитель: к. ю. н., доцент Феокистов Д.Е.

3. Дата выдачи задания: 1 декабря 2020 г.

4. Срок сдачи студентом законченной работы: 7 июня 2022 г.

5. Перечень подлежащих разработке вопросов:

- рассмотреть историю формирования законодательства о защите прав потребителей;
- исследовать источники правового регулирования защиты прав потребителя в Российской Федерации;
- определить условия защиты прав потребителей в условиях пандемии коронавируса;
- дать характеристику проблеме определения момента заключения договора дистанционной купли-продажи;
- изучить нарушения прав потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной купли-продажи в Интернете;
- установить особенности возврата товара, приобретенного дистанционным способом;

- выявить отдельные проблемные аспекты в области защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом
- раскрыть ключевые направления совершенствования гражданского законодательства в сфере продажи товаров дистанционным способом.

6. Консультанты по работе, с указанием относящихся к ним разделов работы

Раздел	Консультант	Подпись, дата	
		Задание выдал	Выполненное задание принял
Введение		1 декабря 2020 г. Феоктистов Д.Е.	15 декабря 2020 г. Феоктистов Д.Е.
Правовое регулирование защиты прав потребителей в Российской Федерации		15 декабря 2020 г. Феоктистов Д.Е.	15 мая 2021 г. Феоктистов Д.Е.
Правовые особенности заключения и исполнения договора дистанционной купли-продажи		15 мая 2021 г. Феоктистов Д.Е.	15 декабря 2021 г. Феоктистов Д.Е.
Проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом		15 декабря 2021 г. Феоктистов Д.Е.	15 мая 2022 г. Феоктистов Д.Е.
Заключение		15 мая 2022 г. Феоктистов Д.Е.	7 июня 2022 г. Феоктистов Д.Е.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
1 ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	11
1.1 История формирования законодательства о защите прав потребителей	11
1.2 Источники правового регулирования защиты прав потребителя в Российской Федерации	14
1.3 Защита прав потребителей в условиях пандемии коронавируса	24
2 ПРАВОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАКЛЮЧЕНИЯ И ИСПОЛНЕНИЯ ДОГОВОРА ДИСТАНЦИОННОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ	29
2.1 Проблема определения момента заключения договора дистанционной купли-продажи	29
2.2 Защита прав потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной купли-продажи в Интернете	36
2.3 Особенности возврата товара, приобретенного дистанционным способом	39
3 ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ПРОДАЖЕ ТОВАРОВ ДИСТАНЦИОННЫМ СПОСОБОМ	47
3.1 Отдельные проблемные аспекты в области защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом	47
3.2 Ключевые направления совершенствования гражданского законодательства в сфере продажи товаров дистанционным способом	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	58
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	62

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования определяется тем, что в настоящее время в условиях рыночной экономики гражданские правоотношения пронизывают фактически все области жизнедеятельности человека. Реализуя свое гражданское право на защиту, участники гражданских правоотношений могут защитить свои нарушенные права при совершении противоправных действий со стороны третьих лиц. Так на современном этапе развития экономических отношений важнейшим является эффективная защита прав потребителей, которая имеет решающее значение для формирования справедливого, прозрачного и конкурентного российского рынка. Защита прав – меры, применяемые государственными органами после совершения правонарушения для восстановления нарушенных прав и свобод граждан.

Несмотря на то, что институт защиты прав потребителей относительно новое для России явление, однако он оказывает очень большое влияние на развитие рыночных отношений и экономики, становление развитого товарного рынка. Основой стали права и интересы потребителя, как особого участника рынка товаров и услуг, государство создало для них особые социальные гарантии, которые и стали системой правового регулирования отношений. Впервые была создана правовая основа для становления и реализации целенаправленной государственной политики в сфере защиты прав потребителей, в том числе основанной на применении современных цифровых технологий. Данное положение закреплено в Стратегии государственной политики Российской Федерации в области защиты прав потребителей на период до 2030 года, утвержденной Распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 августа 2017 г. № 1837-р¹.

Вместе с тем, как отмечают исследователи, в нашей стране отсутствует какая-либо целостная концепция развития правоотношений с участием потребителей, которая учитывала бы их специфику и базировалась на

¹ Распоряжение Правительства РФ от 28.08.2017 № 1837-р «Об утверждении Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030 года» // Собрание законодательства РФ. – 11.09.2017. – № 37. – ст. 5543.

глубоком научном подходе. Кроме того, в условиях экономической нестабильности, вызванной распространением коронавирусной инфекции и обусловившей бурный рост оборотов дистанционного приобретения товаров, проблемы защиты прав потребителей приобрели особую значимость. Следовательно, возникает необходимость законодательного регулирования договора дистанционной купли-продажи. Дистанционная торговля по своей сути – это форма розничной торговли, которая осуществляется путем ознакомления покупателя с предложенными продавцом товарами на основе фотографий, каталогов или иными способами до заключения договора купли-продажи и оплаты за него. Она обладает рядом некоторых особенностей, которые в свою очередь порождают ряд обстоятельств, которые ограничивают распространение интернет-торговли. Во-первых, заключение договора производится в онлайн-формате, не подразумевает нахождение покупателя в специально оборудованном месте. Во-вторых, покупатель не имеет возможности увидеть товар вживую, он может с ним ознакомиться только на изображении (каталог, Интернет-магазин, буклет или реклама), а также прочитать описание. Следовательно, покупатель лишается возможности ознакомления с приобретаемым товаром. В-третьих, спорным остается вопрос о том, стоит ли относить к предмету договора дистанционной купли-продажи товары, которые могут иметь и нематериальную форму, например, фильм, музыку и т.д. Таким образом, можно сделать вывод о существенных условиях договора дистанционной купли-продажи – предмете договора. Договор будет считаться согласованным и заключенным, если определены количество и наименование товара. Таким образом, существуют определенные вопросы, связанные со спецификой договора дистанционной купли-продажи товаров, что вызывает спорные ситуации в судебной и правоприменительной практике по защите прав потребителей. Это в первую очередь связано с тем, что в настоящее время несмотря на то, что в действующий законодательный порядок дистанционного приобретения товаров вносятся определенные коррективы, не все еще вопросы дистанционной торговли до конца урегулированы, что в конечном итоге

нарушает права потребителей. Поэтому, учитывая то, что дистанционный вид купли-продажи становится все более популярным, данная сфера требует дальнейшего совершенствования в части защиты прав потребителей при дистанционном способе приобретения товаров, что дополнительно подчеркивает актуальность настоящего исследования.

Степень научной разработанности темы. Рассматриваемая тема достаточно широко освещена в юридической литературе. Важнейшие по своей содержательной глубине и перспективному значению разработки в области защиты прав потребителей осуществлялись целой плеядой ученых. Следует отметить работы Я. Е. Парция, М. Ю. Челышева, А. В. Селянина, А. А. Кирилловых, А. Е. Шерстобитова, Ю. С. Жукова и других авторов. Несмотря на обширный научный материал по проблемам реализации и защиты прав потребителей, в общетеоретическом контексте эти вопросы, а также функционирование механизма защиты прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров не до конца исследованы. Поэтому, необходимо и дальнейшее изучение данной проблематики. Процесс реформирования существующего гражданского законодательства должен сопровождаться совершенствованием механизмов защиты прав потребителей при онлайн торговле. Учитывая данный аспект, охрана прав граждан при дистанционной торговле на данный момент является одной из главных задач деятельности государства, что еще раз подчеркивает важность исследуемой темы работы, определяет объект и предмет исследования, цели и задачи работы.

Объектом исследования является система общественных отношений, складывающихся в сфере защиты прав потребителей, осуществления их эффективной охраны в современной правоприменительной практике.

Предметом исследования выступает законодательство в сфере защиты прав потребителей в РФ, а также судебная практика и научные труды в данной области.

Целью исследования является сущностный анализ института защиты прав потребителей, а также исследование современных форм и способов защиты прав потребителей в дистанционной торговле.

Исходя из поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- рассмотреть историю формирования законодательства о защите прав потребителей;
- исследовать источники правового регулирования защиты прав потребителя в Российской Федерации;
- определить условия защиты прав потребителей в условиях пандемии коронавируса;
- дать характеристику проблеме определения момента заключения договора дистанционной купли-продажи;
- изучить нарушения прав потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной купли-продажи в Интернете;
- установить особенности возврата товара, приобретенного дистанционным способом;
- выявить отдельные проблемные аспекты в области защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом
- раскрыть ключевые направления совершенствования гражданского законодательства в сфере продажи товаров дистанционным способом.

Методы исследования. Работа выполнена на основе методов и методик исследования гражданско-правовых явлений, в том числе системного, сравнительно-правового, логического, нормативно-юридический и др. Кроме того, в процессе исследования были использованы научные методы познания и специальные приемы и способы проведения исследований: анализ, синтез, моделирование, сравнение, а также систематизация и обобщение теоретического материала.

Теоретическая значимость исследования состоит в осуществленном анализе научных трудов ряда ученых, отражаемых в общенаучной и специальной юридической литературе, освещающие в той или иной степени вопросы защиты прав потребителей.

Практическая значимость исследования определена тем, что материалы работы могут быть использованы в учебном процессе при преподавании курса лекций по юридическим дисциплинам, в частности, при подготовке лекций, проведении семинаров, написании научных статей по рассматриваемой теме исследования.

Результаты исследования были апробированы в следующих научных исследованиях:

Вдовин А.О. Правовое регулирование дистанционной торговли в Российской Федерации // Становление правозащитной деятельности в России: сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 100-летию со дня рождения А.Д. Сахарова. Пенза, 2021. - С. 29-36

Вдовин А.О. Особенности дистанционной продажи товаров в сети «Интернет» // Современные тенденции развития отечественного и зарубежного законодательства: сборник статей по материалам региональной Научно-практической конференции. Пенза: Изд-во ПГУ, 2022.

Структура исследования. Настоящее исследование состоит из введения, трех основных глав, включающих в своей совокупности восемь параграфов; заключения и списка использованных источников.

1 ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

1.1 История формирования законодательства о защите прав потребителей

Развитие торговых отношений и в целом разных видов торговли также играет большую роль в развитии института защиты прав потребителей¹. Защита прав потребителей особенно в современном мире развитого капитализма в той или иной степени касается практически каждого человека. Так, институт защиты прав потребителей имеет большое значение как для потребителей, так и для производителей и продавцов. В связи с этим в данной работе хотелось бы изучить ряд вопросов, касающихся развития института защиты прав потребителей.

Формирование законодательства в области защиты прав потребителей возникло достаточно недавно (в XX в.), однако его отдельные элементы можно обнаружить в основных памятниках истории права. Так, как показывают исторические хроники, первые упоминания о регулировании потребительских правоотношений наблюдались уже в период зарождения законодательства Древней Руси (IX-XII вв.), а встречаются они именно в Русской правде. Примером может послужить статья, по смыслу которой конь, имеющий скрытые дефекты или болезнь, мог быть возвращён продавцу, с условием возврата уплаченных денежных или иных средств.

В СССР сфера потребления товаров и услуг регулировалась нормами, содержащимися в гражданском кодексе. Так, в 1961 году были приняты Основы гражданского законодательства СССР и союзных республик (далее – Основы гражданского законодательства), а в 1964 году – Гражданский кодекс РСФСР (далее – ГК РСФСР), в статьях, которых были отражены права потребителей (ст. ст. 36, 41, 42 Основ гражданского законодательства и ст. ст. 245-249 ГК РСФСР).

¹ Жукова Ю.С. Особенности организации бизнес-планирования в сфере торговли и общественного питания: монография / Ю.С. Жукова, О.В. Лежнина, А.Ю. Маринина. – Киров: Аверс, 2019. – 96 с.

Однако в виду специфики политического строя, идей построения коммунизма такое регулирование, хотя и устанавливало права и обязанности, ответственность участников данных общественных отношений, не имело своей целью именно защиту прав потребителей. Несомненно, важным моментом является законопроект СССР 1988 года, позволивший оптимизировать способы защиты законных прав и интересов потребителей. В итоге, он так и не вступил в силу ввиду распада страны, однако лег в основу законодательства о защите прав потребителей в странах-участницах СНГ¹. В частности, экономические реформы, начало формирования современного рынка товаров и услуг, перемены, начавшиеся в конце 1980-х – начале 1990-х гг., сформировали основы для создания в России законодательства, регламентирующего отношения между продавцом и потребителем, законодательства о защите прав потребителей и формирование самостоятельного института российского права в этой области. В этих условиях назрела необходимость принятия нового правового акта, регламентирующего права потребителей, поскольку в рыночных условиях вектор сменился². Всем предприятиям предоставилось право заниматься торговой деятельностью. В этих условиях, основополагающую роль в институте защиты прав потребителей играет частное право. Определение потребитель в полной мере выражено в международном акте. В Резолюции потребитель представляет собой не субъект какого-либо государства, а физическое лицо приобретающий товар или услугу. Тем самым, Ассамблея ООН подчеркивает неразрывность понятие человек и физическое лицо. Человек – является творением природы и божества, а физическое лицо- субъект правоотношений, наделенный правами и обязанностями³. Потребитель не обязательно может быть гражданином того или иного

¹ Костоусова А.Е. Особенности правового регулирования правоотношений в сфере защиты прав потребителей // Молодой ученый. – 2020. – № 4 (294). – С. 394.

² Скворцова Т.А., Павлов С.С. Система нормативно-правового регулирования отношений в сфере защиты прав потребителей // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2020. – № 4-8 (60). – С. 119.

³ Моноолов Н.Ф., Гончаров В.В. Понятие и сущность института защиты прав потребителей в Российской Федерации // Право и государство: теория и практика. – 2020. – № 11 (191). – С. 235.

государство. Всеобщая декларация прав человека распространяется на всех жителей мира и направлена на защиту прав и свобода человека. Однако, Закон «О защите прав потребителей» РФ относит потребителей к лицам, имеющим правовую связь с государством, то есть лица, обладающие статусом гражданина Российской Федерации. Данная проблема ранее вставала перед учеными и законодателем, однако, изменений никаких не последовало. При изучении вопроса были выдвинуты идеи преобразования и дополнения в понятие «потребитель» в части замены «гражданина» на «физическое лицо». Такое понятие не допускает юридических лиц в сферу потребительских лиц и открывает возможность защищать свои права, лицам из стран Ближнего Востока, Стран Независимых Государств и иных государств, не имеющих правовую связь с государством¹.

Из сказанного выше следует, что общественно-экономическое развитие подчеркнуло острую необходимость нововведений на законодательном уровне в рассматриваемой области. Более того, принятая в постсоветскую эпоху Конституция Российской Федерации² (далее – Конституция РФ), а именно ее ст. 45 в современной интерпретации гарантирует государственную защиту прав и свобод человека, и гражданина в РФ. Исходя из этого, значение современной защиты прав потребителей – повышение планки социальных гарантий и ответственности как производителей, так и продавцов за заявленный уровень реализации товаров и услуг предоставляемым населению³.

Несмотря на то, что институт защиты прав потребителей относительно новое для России явление, однако он оказывает очень большое влияние на развитие рыночных отношений и экономики, становление развитого товарного рынка. Основой стали права и интересы потребителя, как особого

¹ Гончаров В.В. Конституционно-правовые основы общественного контроля в Российской Федерации. Академия труда и социальных отношений. - Москва, 2019. - 256 с.

² Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Российская газета. – 2020. – № 144.

³ Лунева Т.П., Кинаш Я.И., Защита прав потребителей как институт: понятие и сущность // Промышленность и сельское хозяйство. – 2019. – № 3 (8). – С. 52.

участника рынка товаров и услуг, государство создало для них особые социальные гарантии, которые и стали системой правового регулирования отношений. Впервые, что стоит отметить, была воссоздана правовая база, касающаяся развития, продвижения и реализации политики в сфере защиты прав потребителей, что будет рассмотрено в ходе исследования далее.

1.2 Источники правового регулирования защиты прав потребителя в Российской Федерации

Как было ранее отмечено, в современных условиях развития основным актом гражданского законодательства в сфере, рассматриваемой в настоящей работе правоотношений, является Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-I «О защите прав потребителей»¹ (далее – Закон «О защите прав потребителей»).

Преобладающее значение в структуре нормативных правовых актов закон о защите прав потребителей отводит Гражданскому Кодексу Российской Федерации (далее – ГК РФ), а именно его первой² и второй³ части, в рамках ст. 497 которой непосредственно закреплено понятие дистанционного способа продажи товара, указываются условия необходимые для заключения дистанционного договора купли-продажи. В тоже время ст. 3 первой части ГК РФ закрепляет, что нормы гражданского права, содержащиеся в других законах, должны соответствовать ГК РФ. Тем не менее, в ст. 1 Закона говорится о том, что положения, касаемые сферы защиты прав потребителей не должны противоречить законодательству, при этом правительство РФ не вправе поручать федеральным органам исполнительной власти принимать законодательные акты, содержащие нормы о защите прав потребителей. Кроме того, ст. 1 Закона «О защите прав потребителей» запрещает принимать министерствам и ведомствам акты, касающиеся защиты потребителей. Только Правительство Российской Федерации вправе

¹ Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-I (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей» // Российская газета, 7 апреля 1992 г.

² Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.

³ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 25.02.2022) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 5. – Ст. 410.

устанавливать для потребителя и продавца (изготовителя, исполнителя) правила, обязательные при заключении и исполнении публичных договоров¹.

Учитывая изложенное выше, можно заключить, что основой правового регулирования отношений в области защиты прав потребителей является ГК РФ, определяющий общее для всех видов гражданско-правовых взаимоотношений правило, согласно которому в случаях, когда одной из сторон в обязательстве является гражданин, использующий, приобретающий, заказывающий либо имеющий намерение приобрести или заказать товары (работы, услуги) для личных бытовых нужд, такой гражданин пользуется правами стороны в обязательстве в соответствии с ГК РФ, а также правами, предоставленными потребителю определенные в специальном законе, регулирующий отношения по защите прав потребителей в России, который применяется независимо от того, есть ссылка на него или нет в нормах ГК РФ в случаях, когда: регулируются отношения, не урегулированные ГК РФ; конкретизирует и детализирует положения ГК РФ; предусматривает иные правила, чем ГК РФ, когда ГК РФ допускает возможность их установления законами и иными правовыми актами. Таким нормативным актом, в настоящее время, и выступает Закон РФ от 07 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей», введенный в действие 7 апреля 1992 года.

Закон «О защите прав потребителей» регулирует отношения, возникающие между потребителями и производителями, продавцами, исполнителями при реализации товаров, выполнении оплачиваемых работ и оказании услуг, то есть в части удовлетворения многочисленных бытовых потребностей граждан. Несмотря на очевидное, Закон РФ «О защите прав потребителей», можно предположить, что в нем содержатся правовые нормы, целью которых является восстановление уже нарушенного положения «слабой стороны», то есть потребителя. При этом, в качестве потребителя рассматривается лицо, имеющее желание приобрести товары (работы, услуги)

¹ Мухаметгалиева М.Н. Источники правового регулирования защиты прав потребителей на территории Российской Федерации // Вестник науки. – 2020. – Т. 4. – № 3 (24). – С. 17.

исключительно для личных, семейных, бытовых и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Структурно Закон «О защите прав потребителей» разделен на четыре главы¹. Так, первая глава включает общие положения, касающиеся как отношений в сфере купли-продажи, так и отношений в сфере оказания услуг. При этом важно учесть, что при применении норм главы 1 Закона «О защите прав потребителей» регулирование некоторых вопросов, относящихся к указанным правоотношениям, не всегда соответствует нормам части второй ГК РФ, где предусмотрены различные требования для них. Вторая глава регулирует правоотношения только в сфере купли-продажи, которая включает в себя положения о правах потребителя при обнаружении в товаре недостатков, о сроках предъявления потребителем требований в отношении недостатков товара, об ответственности продавца. Третья глава посвящена особенностям отношений, складывающихся в области осуществления работ и оказании услуг. Нормы четвертой главы являются общими как для правоотношений в сфере купли-продажи, так и для отношений в сфере выполнения работ, оказания услуг.

По общему замыслу, нормы рассматриваемого законодательства нацелены на устранение любых нарушений со стороны продавца, которые выражаются в продаже некачественного, просроченного или контрафактного товара, а также в некачественном обслуживании, завышенном расчете и неправильном весе. Столкнувшись с такой ситуацией, любой покупатель обращается непосредственно к продавцу, требуя объяснений. Ведь когда покупатель предъявляет претензию о качестве вновь приобретенного товара, продавец, при наступлении юридического факта, должен либо обменять товар на такой же, но качественный, либо забрать его обратно, вернув деньги. Часто бывает, когда, обратившись в магазин с претензией, даже при наличии квитанции и явных признаков некачественного товара, покупатель получает в ответ на претензию хамство от продавцов и отказ вернуть деньги. Общество

¹ Чернова О.А., Буряк Е.Ю. Комментарий к Закону РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (постатейный) // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: URL: <http://www.consultant.ru>.

защиты прав потребителей, может стать хорошим подспорьем для решения возникших проблем, в частности с написанием исковых заявлений и претензий. Конечно, судиться не будут за какую-то мелочь, вроде пачки печенья, срок реализации которой прошел, но иногда некачественным товаром является дорогой сотовый телефон или даже автомобиль, купленный в салоне. Поэтому, весьма важным элементом торговли считается защита прав потребителей.

В рамках установленных норм законодательства, защита прав потребителей гарантирует анализ конфликта, помощь в оформлении документов (искового заявления, заявления о возврате средств, возмещении морального вреда).

В законе «О защите прав потребителей» отмечены ключевые пункты, касающиеся всех частей данных отношений. Каждый потребитель должен знать: изготовителя продукции; норму качества; особенности изделия, что касается продуктов питания: целостность упаковки, состав, питательность, содержащее вредных веществ для организма, ограничения при заболеваниях. Товары, портящиеся в течение периода: срок годности, дату производства¹.

С 1 июля 2021 г. вступила в силу новая редакция Закона о защите прав потребителей. Краткий перечень произошедших изменений можно в обобщенном виде охарактеризовать так²:

- на объектах торговли невозможно препятствовать потребителю в получении любого рода информации о товаре;
- продавец обязан обеспечить наличие ценников на реализуемые товары с указанием наименования товара;
- продажа товаров, подлежащих ветеринарному контролю, осуществляется при наличии ветеринарного сопроводительного документа;
- продавец обязан предоставить чек о покупке, допускается направление электронного;

¹ Моноолов Н.Ф., Гончаров В.В. Понятие и сущность института защиты прав потребителей в Российской Федерации // Право и государство: теория и практика. – 2020. – № 11 (191). – С. 235.

² Литвинов Д.С. Закон «О защите прав потребителей» // Научные труды студентов Ижевской ГСХА. ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА. Ижевск, 2021. – С. 1083.

- при осуществлении розничной торговли в случае, если потребитель находится вне торговых объектов, когда потребитель осматривает товар на дому или в прочих местах;
- возмещение расходов потребителю за покупку товара ненадлежащего качества.

В современных условиях, учитывая рост популярности дистанционной продажи товаров и возрастание требований по защите прав потребителей, действующее законодательство на постоянной основе совершенствуется. В частности, с 1 сентября 2022 г. начнут действовать изменения, внесенные в ст. 16 Закон «О защите прав потребителей» на основании Федерального закона от 01.05.2022 № 135-ФЗ¹. Согласно изменениям, вводится понятие “недопустимые условия договора, ущемляющие права потребителя”. Кроме этого, новые положения устанавливают недопустимые условия, ущемляющие их права (которые в ст. 16 Закона действующей редакции отсутствуют). Вот лишь некоторые из них:

- условия, предоставляющие продавцу (изготовителю, исполнителю) право на односторонний отказ от исполнения обязательства или одностороннее изменение условий обязательства. Исключением являются случаи, когда нормативно-правовыми актами Российской Федерации предусматривается такая возможность права;
- условия, исключаяющие (ограничивающие) ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за неисполнение (ненадлежащее исполнение) обязательств по основаниям, отсутствующим в законе;
- условия, предусматривающие выполнение дополнительных работ (оказание дополнительных услуг) за плату без согласия потребителя;
- условия, ставящие удовлетворение требований потребителя в отношении товаров (работ, услуг) с недостатками в зависимость от условий, не связанных с недостатками товаров (работ, услуг).

¹ Федеральный закон от 01.05.2022 № 135-ФЗ «О внесении изменения в статью 16 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей" // Российская газета. – 2022. – № 98.

В рамках представленной правовой новации, безусловными и неотчуждаемыми являются следующие права гражданина как потребителя:

- отказаться в одностороннем порядке от договора (ст. 782 ГК РФ; ст. 32 Закона «О защите прав потребителей»);
- избрать способ оплаты (ст. 16.1 Закона «О защите прав потребителей»);
- предъявить любой возможный вариант требований к исполнителю при ненадлежащем исполнении услуг (ст. 29 Закона «О защите прав потребителей»);
- на обращение в суд за защитой нарушенных прав и охраняемых законом интересов без соблюдения претензионного порядка (ст. 17 Закона «О защите прав потребителей»);
- избрать способы защиты нарушенных прав (ст. 12 ГК РФ; ст. 17, 42.3 Закона «О защите прав потребителей»).

Обобщая, следует отметить, что все дополнительные услуги и изменения в договоре должны быть только по соглашению сторон и в письменном виде (одностороннее изменение не допускается).

Условия договора, изменяющие установленные нормативными правовыми актами положения, признаются ничтожными (п. 1 ст. 16 Закона «О защите прав потребителей» новой редакции). Если в результате включения в договор таких условий у потребителя возникнут убытки, то продавец (изготовитель, исполнитель) должен будет их возместить в полном объеме (ст. 15, 166, 167 ГК РФ, ст. 16 Закона «О защите прав потребителей»).

Правки, которые вступают в силу, начиная с 1 сентября 2022 г., важны для защиты прав потребителя. Так, продавец (исполнитель) не вправе отказывать в заключении, изменении договора, направленного на взаимозаменяемость товаров и услуг по согласованию между сторонами. Как говорится, “навязывании” других товаров (работ, услуг), с которым потребитель может столкнуться, например, при заключении кредитного договора (оформление договора личного страхования (страхования

имущества)), или при покупке автомобиля, когда дилер предлагает дополнительные опции для него. И в случае обнаружения потребителем недопустимых условий договора, которые ущемляют его права, то он вправе потребовать убрать эти условия. Данное требование подлежит рассмотрению в течение 10 дней со дня его предъявления с обязательным извещением потребителя о результатах его рассмотрения и принятом мотивированном решении по существу требования.

Также продавец (исполнитель) не вправе отказывать потребителю при заключении, изменении или расторжении договора в связи с отказом последнего предоставить персональные данные (потребитель обязан предоставить эти данные только в случаях, когда это предусмотрено законодательством Российской Федерации). В случае запроса потребителя о конкретных причинах отказа в письменной форме (в том числе в форме электронного документа), ответ должен быть представлен в течение 7 дней со дня предъявления такого требования. Если же данное требование предъявлено устно, то информация должна быть предоставлена незамедлительно.

Стоит также уделить внимание на Федеральный закон РФ от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании»¹, Федеральный закон РФ от 2 января 2000 г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов»², Федеральный закон РФ от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»³, Федеральный закон РФ от 22 июня 1998 г. № 86-ФЗ «О лекарственных средствах»⁴, Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования

¹ Федеральный закон РФ от 27.12.2002 № 184-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О техническом регулировании» // Собрание законодательства РФ. – 2002. – № 52 (часть I). – ст. 5140.

² Федеральный закон РФ от 02.01.2000 № 29-ФЗ (ред. от 13.07.2020) «О качестве и безопасности пищевых продуктов» // Собрание законодательства РФ. – 2000. – № 2. – ст. 150.

³ Федеральный закон РФ от 30.03.1999 № 52-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» // Собрание законодательства РФ. – 1999. – № 14. – ст. 1650.

⁴ Федеральный закон РФ от 22.06.1998 № 86-ФЗ (ред. от 12.04.2010) «О лекарственных средствах» // Собрание законодательства РФ. – 1998. – № 26. – ст. 3006.

торговой деятельности в Российской Федерации»¹ и ряд других федеральных законов.

Дополнительно стоит отметить, что в регулируемой сфере правоотношений применяются нормы международного права. Например, Соглашение от 25 января 2000 года об основных направлениях сотрудничества государств – участников СНГ в области защиты прав потребителей² и Договор о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года³, Резолюция 70/186 от 22 декабря 2015 г. «Защита интересов потребителей» принятая Генеральной Ассамблеей ООН⁴.

Несмотря на то, что существуют различные акты, регламентирующие сферу защиты прав потребителей, стоит акцентировать внимание на том, что Закон «О защите прав потребителей» является основополагающим в рассматриваемой области правоотношений между изготовителем и потребителем, поэтому подлежит более глубокому исследованию, проведенному далее нами.

Защита права потребителя с каждым годом становится актуальным и острым вопросом современного рынка. Отношения между потребителем и продавцом, а также других участников регламентированы, не редкостью является нарушение прав одной из сторон. Законодательно решение споров и основные права и обязанности закреплены в Законе «О защите прав потребителей». Закон предусматривает наступление следующих ситуаций: продажа товара, оказание услуги и другое. Для реализации более эффективной защиты прав потребителей применяются меры просвещения потребителей,

¹ Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2010. – № 1. – ст. 2.

² Соглашение «Об основных направлениях сотрудничества государств – участников СНГ в области защиты прав потребителей» (Москва, 25 января 2000 г.) // Бюллетень международных договоров, март 2002 г., № 3.

³ Договор о Евразийском экономическом союзе (Астана, 29 мая 2014 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.eaeunion.org> (дата обращения 25.04.2022).

⁴ Резолюция 70/186 «Защита интересов потребителей» (Генеральная Ассамблея ООН, 22 декабря 2015 г.) // Роспотребнадзор: официальный сайт. – Режим доступа: <https://zpp.rospotrebnadzor.ru/npa/global/62815> (дата обращения 26.09.2021).

образовательные программы, консультационная работа, информационные материалы, размещенные на сайтах в разделе для «потребителя/покупателя»¹.

Закон «О защите прав потребителей», в рамках реализации механизма досудебного и судебного порядка предусматривает различные механизмы защиты².

В последние годы в делах о защите прав потребителей финансовых услуг в части досудебного урегулирования спора произошли коренные изменения. Данный факт подтверждается принятием Федерального закона от 04.06.2018 № 123-ФЗ «Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг»³. Введение указанного закона не только создает коллизию с иными нормативно-правовыми актами, но также усложняет защиту прав потребителей. Перед подачей искового заявления в суд потребителю обязательно нужно обратиться к финансовому уполномоченному в среднем ответа от финансовой организации и финансового уполномоченного составляет 60 дней. Однако, в ст. 22 Закона «О защите прав потребителей» - 10 дней. Таким образом, потребитель лишен на своевременную защиту своих прав, в отличие от финансовой организации, которая намеренно злоупотребляет своим правом на удовлетворение требования потребителя. Данная проблема решается в случае предоставления разъяснений Верховного Суда Российской Федерации.

Важнейшую роль в реализации действующего законодательства в области защиты прав потребителей выполняет судебная практика. Так в Постановление Пленума Верховного суда РФ от 28 июня 2012 г. № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей»⁴ (далее – ППВС РФ) разъясняются основные категории в области защиты прав потребителей, в частности: отношения подлежащие

¹ Гафарова Г.Р. Защита прав потребителей / Под ред. З.М. Фаткудинова. – М.: Юстицинформ, 2018. – 328 с.

² Бузарова Н.Х. Актуальные проблемы в сфере защиты прав потребителей // Аграрное и земельное право. – 2020. – № 10 (190). – С. 66.

³ Федеральный закон от 04.06.2018 № 123-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг» // Собрание законодательства РФ. – 2018. – № 24. – ст. 3390.

⁴ Постановление Пленума Верховного суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» // Бюллетень Верховного Суда РФ. – 2012. – № 9.

регулированию, методы защиты и процессуальные особенности при рассмотрении судами дел.

Делая выводы и резюмируя вышеизложенное, отметим, что законодательство, формировавшееся в последние 30 лет, практически всеми экспертами признается одним из самых гуманных и сбалансированных в мире. Поэтому, стоит признать, что регулирование механизмов защиты прав потребителей с помощью только национального законодательства изжило себя¹. В основу правового регулирования онлайн торговли как товарами, так и услугами должно лечь международное законодательство, содержащее общие нормы, регулирующие взаимоотношения потребителей и их контрагентов на цифровых рынках. Появилась необходимость формирования транснационального потребительского права в сфере цифровой реальности. Первые шаги в этом направлении были сделаны достаточно давно в 1996 году Комиссией ООН, разработавшей Типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронной торговле, на основании которого более 72 стран приняли свое законодательство. Указанный закон представляет собой свод одобренных на международном уровне норм, регулирующих электронную торговлю. Активное правотворчество Европейского союза было продолжено в 2000-х годах, когда были разработаны Директива 2000\31\ЕС «О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности об электронной коммерции», и Директива 2002\65\ЕС «О дистанционном маркетинге потребительских финансовых услуг». Эти акты провозгласили минимальные обязательные требования относительно информирования, безопасности потребителей, формулирования справедливых условий договоров с потребителями. На уровне Европейского Союза с 2015 года действует Стратегия Единого цифрового рынка ЕС, целью которой был переход с порядка тридцати национальных площадок на единый рынок на

¹ Шульга А.К. Источники правового регулирования защиты прав потребителей в Российской Федерации: общая характеристика // Общество и право. – 2018. – №2 (64). – С. 148.

уровне ЕС. Положительный опыт в развитых странах необходим для внедрения в практику защиты прав потребителей в России.

1.3 Защита прав потребителей в условиях пандемии коронавируса

Ситуация, разразившаяся в начале 2020 года. с COVID-19 стала толчком для перехода бизнесменов на онлайн-площадки, потребитель отдал предпочтение покупкам не выходя из дома, т.е. в режиме онлайн. В этих условиях, были внесены радикальные коррективы в законодательное регулирование основных сфер жизнедеятельности общества, включая потребительскую. В целом, воздействие коронавирусной инфекции оказало огромное влияние на сферу онлайн-торговли, которая активно развивалась и до пандемии, но в период распространения инфекции потребность в онлайн-товарах повседневного спроса гораздо выросла. В связи с чем Роспотребнадзор выпустил несколько информационных писем¹, которые по своей сути были направлены на поддержание гарантий прав потребителей, особенно в условиях пандемии коронавируса. В рамках чего, Председатель Верховного Суда В. Лебедев обозначил вектор общих направлений по судебной защите прав потребителей.

Рассматривая более предметно, представленные в докладе материалы о судебной защите прав потребителей, включая в период распространения коронавирусной инфекции (COVID-19) отметим следующие тенденции².

Современные события, происходящие в мире, также не могут прекратить реализацию прав потребителей. Дело в том, что многие продавцы умело адаптировались к условиям внешней среды - распространение коронавирусной инфекции. Большой и средний бизнес для минимизации рисков финансовых потерь перешли на цифровые площадки: интернет-магазины и бесконтактная доставка. Предоставление некоторых услуг осложнилось или прекратилось: так салоны красоты были вынуждены приостановить свою деятельность или ресторанный бизнес. В настоящее

¹ Памятка Роспотребнадзора // Роспотребнадзор: официальный сайт. – Режим доступа: <http://zpp.gospotrebnadzor.ru/handbook/turist/memos/207045> (дата обращения 25.04.2022).

² Вячеслав Лебедев сделал подробный доклад о судебной защите прав потребителей // Верховный Суд РФ: официальный сайт. – URL: https://www.vsrfr.ru/press_center/mass_media/29236/ (дата обращения 25.09.2021).

время, в некоторых регионах для определенных сфер торговли все еще введен запрет на работу. Таким образом, на рынке образовалась ситуация, когда продавец нуждался в потребителе. Введение ограничений по перемещению или по реализации торговой деятельности, предоставления услуг осложняет реализацию прав потребителей, но не нарушает права потребителей. Государством были приняты адекватные меры для доступной возможности совершать покупки или получить услугу. Несмотря на введение жестких ограничений, продовольственные магазины всегда были готовы принять покупателей и принимали, медицинские учреждения создали необходимые условия для предоставления услуг и др. Таким образом, главная задача поставщика и продавца - создать необходимые условия для реализации деятельности, а также для безопасного нахождения покупателя¹.

Второе условие вынудило продавцов пересмотреть свою деятельность, многие продавцы не смогли адаптироваться к новым условиям. В последствии прекратив осуществление своей деятельности. Другие продавцы не только смогли адаптироваться к новым условиям, вызванным внешней средой, но и смогли получить при этом максимальную прибыль. Например, многие магазины стали продавать маски и антисептики, когда данные товары были в дефиците, многие компании переформатировали свой бизнес и стали изготавливать дезинфицирующие средства. Следовательно, бизнес перестроился для потребителя. Несмотря на создание безопасных условий и комфортной среды для потребителя, возникли и новые проблемы, и конфликты на фоне очередных изменений².

Рассмотрим несколько современных проблем, с которыми столкнулись потребители в период введения ограничений и режима самоизоляции.

Введение масочного режима спровоцировало среди покупателей и продавцов определенные конфликты. Медицинская маска является средством

¹ Ефимов А.В. Судебная защита прав потребителей финансовых услуг // Российское правосудие. – 2021. – № 5. – С. 89.

² Эмеров А.А., Уткина Ю.С. Актуальные вопросы защиты прав потребителей (опыт защиты прав в условиях пандемии, интернет-торговли) // Молодежный научный форум. сборник статей по материалам СХХIV студенческой международной научно-практической конференции. Москва, 2021. – С. 45.

индивидуальной защиты и не является обязательным элементом для осуществления покупки. Права потребителей нарушаются: продавец не продает или не предоставляет услугу без медицинской маски. Следовательно, потребитель не может реализовать свою покупательную способность из-за отказа. Таким образом, права покупателя нарушаются, причем потребителя ограничивают не только в приобретении товаров, но и оказании тех или иных услуг. Законодательство, а также продавцы не должны никаким образом ограничивать потребителя к реализации своих прав.

Одной из актуальных проблем, является нарушение публичной оферты. Потребители столкнулись с ситуацией, когда на прилавках в магазинах товар представлен по определенной цене, как подтверждение — это ценник, прикрепленный к товару, но купить товар по данной цене невозможно из-за отсутствия средств индивидуальной защиты, это нарушение ст. 494 ГК РФ. Таким образом, продавец, в данном случае, нарушает не только условия публичной оферты, но и право потребителей на информацию, в данном случае, на информацию о ценах и условиях. Продавцы самовольно решают, кому продать товар и по каким условиям цены регулируются законодательством. Потребитель вынужден подстраиваться под новые условия, выдвинутые продавцом. Потребитель также не может влиять на данную ситуацию, так как в виду неточного законодательства о режиме самоизоляции и осуществлении деятельности, продавцы спекулируют в отношениях с потребителями¹.

Недавним конфликтом между продавцом и потребителем стал конфликт сети магазинов «Красное и белое». Согласно ст. 7 Закон «О защите прав потребителей» потребитель имеет право на безопасность товара или услуги, которая ему предоставляется, а изготовитель и продавец обязаны предоставить потребителю безопасный продукт. Скандал развернулся на фоне пандемии, когда в Свердловской области были вынуждены закрыть сеть алкогольных магазинов «Красное и белое» из-за плохо организованной

¹ Информация Роспотребнадзора от 11.05.2020 «Об особенностях онлайн торговли и трансграничных покупок в период пандемии коронавируса» // Роспотребнадзор: официальный сайт. — URL: https://www.rospotrebnadzor.ru/about/info/news/news_details.php?ELEMENT_ID=14339 (дата обращения 25.09.2021)

охраны труда. Более 400 человек, работающих на складе и, непосредственно, на торговых точках заразились коронавирусной инфекцией. Владелец компании изначально не принял никаких мер по устранению заболеваемости среди сотрудников, следовательно, сотрудники компании подвергли опасности потребителей данной сети магазинов. Коронавирусная инфекция передавалась потребителю не только через вербальное общение с покупателем, но и через проданные товары, т. к. товары не проходили должной обработки. Можно сделать вывод, что компания пренебрегала предписанными нормами в законодательстве. Компания ставила под угрозу не только свой авторитет и позицию на рынке, но еще доверие клиентов, а главное безопасность своего потребителя¹.

В целом по результатам представленных данных, можно сделать вывод, что в связи с наступлением непредвиденных обстоятельств гражданские права начинают нарушаться, в частности, права потребителей. Дело в том, что непредвиденные ситуации проверяют доверительные отношения между потребителем и продавцом. Если же продавец каким-либо образом нарушает права потребителя, то в дальнейшем, потребитель не будет доверять, а, значит, спрос снизится и деятельность продавца станет менее эффективной. В период пандемии сложилась ситуация, что продавец диктует новые условия, придуманные им самостоятельно, потребитель вынужден подчиняться новым условиям продавца из-за ограниченного доступа ресурсам. Следовательно, на рынке появляется зависимость, когда потребитель зависит от продавца. Законодательство не регулирует новые инновации продавцов, а также не решает сложившиеся конфликты сторон, следовательно, данная ситуация может продлиться не только в период пандемии, но и после ее прекращения.

Подводя итог сказанному, можно сделать вывод, что в нашей стране на протяжении последнего десятилетия проводится активная политика по защите прав потребителей, в нормы действующего законодательства вносятся

¹ Зайцева Е.В. Реализация защиты прав потребителей в условиях неблагоприятной санитарно-эпидемиологической обстановки: COVID-19 // Актуальные проблемы юриспруденции. Сборник статей по материалам XXXVII международной научно-практической конференции. 2020. – С. 17.

определенные изменения, что непосредственным образом связано с развитием рыночных механизмов торговли, а также с экономической ситуацией, сложившейся в мире, обусловленной последствиями пандемии и развитием в этих условиях дистанционной продажи товаров, в рамках механизма которой, еще не до конца сформировалась цивилизованная система отношений между производителями, продавцами и потребителями. В современных условиях пандемии, которая приводила к толчку в развитии рынка. Это время, когда потребитель наиболее уязвим и нуждается в усиленной государственной защите. В связи с этим одной из главнейших целей является разработка эффективных методов защиты потребителя. Закон № 2300-1 «О защите прав потребителей» определил объем прав потребителей и создал механизм реализации этих прав, что становится все более актуальным. Поэтому, поэтапная реализация законодательных инициатив, изложенных в данной работе, позволит значительно улучшить ситуацию в сфере защиты прав потребителей.

2 ПРАВОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАКЛЮЧЕНИЯ И ИСПОЛНЕНИЯ ДОГОВОРА ДИСТАНЦИОННОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ

2.1 Проблема определения момента заключения договора дистанционной купли-продажи

Прежде чем, провести анализ проблем момента заключения договора дистанционной купли-продажи, необходимо в первую очередь выявить особенности такого механизма розничной продажи в современных условиях и основных аспектов порядка заключения таких форм договоров.

Одной из ключевых проблем, до недавнего времени было то, что отсутствовала четкая правовая регламентации услуг оказываемых дистанционным путем.

Впервые понятие дистанционного способа продажи товара было закреплено в п. 2 ст. 497 ГК РФ. Согласно данному положению остается неясным, ведь заполняя при намерении купить товар формы заказа, покупатель может после соблюдения всех процедур удалить позиции из корзины. Следовательно, после получения сведений продавец должен направить счет-фактуру или список товаров, которые получили статус «одобренных к заказу», тем самым подтверждая намерения о покупке и давая возможность перейти к оплате¹.

По словам А.Ю. Рыкова: «на основе анализа особенностей правового статуса участников правоотношений в сети Интернет, а также вопросов идентификации субъектов прав, изученных в юридической литературе, собственноручная подпись является надежной индивидуализацией любого лица, а применительно к Интернету - электронной цифровой подписью»². На основании этого, законодателем предусмотрены ограничения, поскольку в данной сфере есть возможности мошенничества и обмана потребителей; имеются определенные трудности в узаконивании деятельности юридических лиц сети интернет; вытеснение офлайн-организаций с рынка; невозможность

¹ Волкова А. Интернет-магазин: заключение договора //Финансовая газета. Региональный выпуск. Юридические науки Евразийский научный журнал. – 2015. – № 24. – С.78.

² Рыков А.Ю. Гражданско-правовое регулирование сделок в глобальной сети Интернет. – М.: Юрист, 2018. – С. 41.

изучить объект покупки «в живую»; ожидание доставки продуктов; определенные трудности при возврате товаров; сокращение части рабочих мест и др.¹

Для дистанционной торговли характерен запрет на продажу табачной и нектиносодержащей, а также алкогольной продукции. Департамент таможенной политики и регулирования алкогольного рынка Министерства финансов РФ разработали законопроект об осуществлении розничной продажи алкогольной продукции дистанционным способом с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»². По задумке проекта, алкогольная продукция всё же будет реализовываться через сайты, но за ними будет установлен контроль на Росалкогольрегулировании, и они будут находиться на домене «egais.ru». Данное предложение выдвигалось уже неоднократно. К постепенному выходу на онлайн-рынок алкоголя уже свидетельствует намерение Министерства финансов и АО «Почты России» провести эксперимент по продаже вина весной 2022 года³. В период COVID-19 отмечалось повышенное потребление алкоголя. Существенной проблемой при реализации такой продукции онлайн, является риск продажи её несовершеннолетним, а также несовпадение личного кабинета заказчика и лица, которому он принадлежит, оплата банковской картой третьего лица. Вопрос определения стороны договора является актуальным на сегодняшний день, ведь определить это дистанционно достоверно невозможно. Учитывая данный аспект, можно аргументировать, что указанный ранее законопроект имеет место быть в случае осуществления возможности определении лица, осуществляющего сделку. Хорошим выходом станет применение биометрии или отпечатка пальца, как в случае и с банковскими операциями, это поможет

¹ Морозова И.В. Перспективы и проблемы развития рынка e-commerce в России и мире // Вызовы и решения для бизнеса: энергия регионов. Сборник материалов II Международного внешнеэкономического научно-практического форума. Москва, 2021. – С. 307.

² Минфин России предлагает лицензировать деятельность по осуществлению розничной продажи алкогольной продукции через Интернет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/50969.html/> (дата обращения: 15.04.2022)

³ Минфин и «Почта России» раскрыли детали проекта по продаже вина онлайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/01/12/2021/61a71483a79474828fdf41f> (дата обращения: 11.04.2022).

обеспечить безопасность сделки и защитить от использования систем коммуникаций третьими лицами. Стоит пояснить, что системы биометрии распознают уникальные черты человека, данные при рождении, также обстоит дело и с отпечатками пальцев. Более 90% взрослых людей используют мобильное устройство¹.

Однако, несмотря на все указанные недостатки, дистанционная торговля развивается во всем мире. Об этом свидетельствует объем интернет-торговли в мире, который представлен на рисунке 1.

Аналогичные тенденции наблюдаются и в России. Основные увеличения продаж в последние два года связывают с коронавирусом COVID-19. Динамика роста и прогноз развития рынка дистанционной торговли в России представлен на следующем рисунке 2. Прогноз динамики развития российского рынка дистанционных продаж основан на оценках Data Insight, Infoline и Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ)². Согласно ему объем рынка в России в 2025 году достигнет 7,5 трлн. рублей, ежегодно прирастая в среднем на 22,8%. Данные позитивные ожидания связаны, прежде всего, с несколькими факторами: продолжающейся пандемией и самоизоляцией; увеличением доверия к онлайн-покупкам у населения; вход новых отраслей в сферу дистанционной торговли (фармацевтика, автомобильный бизнес, доставки и др.); взросление населения, привыкшего к интернету.

¹ Куйдина Т.А. Договор розничной купли-продажи дистанционным способом: актуальные проблемы правового регулирования // Вопросы российской юстиции. – 2022. – № 17. – С. 333.

² Аналитический отчет по результатам исследования e-commerce 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://static-epromo.s3.eu-west-3.amazonaws.com/E-Promo_E-commerce_2021_research.pdf. (дата обращения: 29.03.2022)

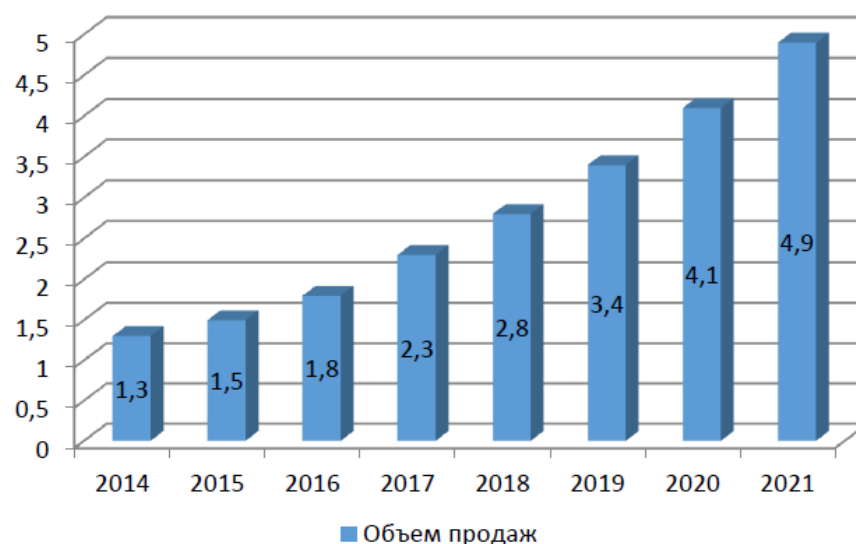


Рисунок 1 – Динамика роста общемирового объема продаж в сети интернет¹

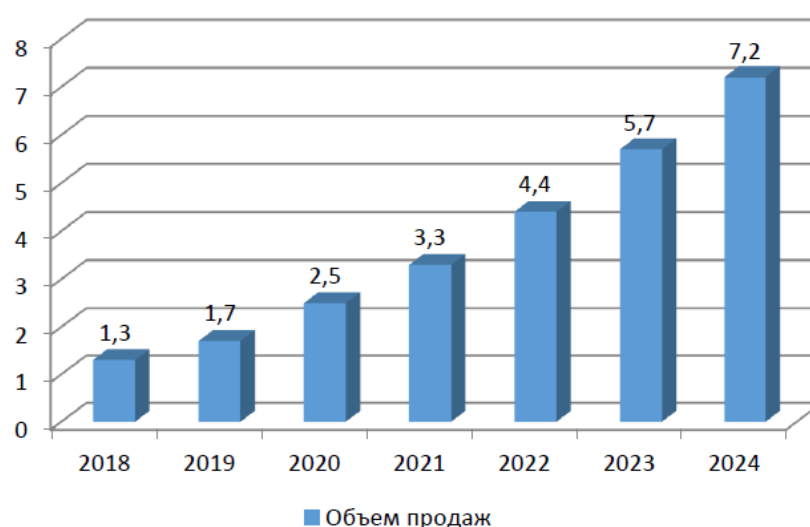


Рисунок 2 – Динамика роста и прогноз развития рынка дистанционной торговли в России²

Кроме этого, многие организации, связанные с электронной коммерцией, начинают активно внедрять технологии эффективной работы в этой сфере. К таким технологиям можно отнести: партнерства, коллаборации и кросс-маркетинг; CDP (customer data platform), которая позволяет собрать и структурировать данные о пользователях сети и клиентах; онлайн-консультации; интернет-маркетинг; повышение эффективности логистики и

¹ Вольхина А.Ю., Пивнева А.Г. Современные тенденции развития отрасли розничной торговли в Российской Федерации // Эпомен. – 2021. – № 58. – С. 61.

² Гильнич А.И. Современное состояние рынка дистанционной торговли в России: тенденции и проблемы развития // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 27. – С. 180.

скорости доставки товаров; AR-технологии дополненной реальности; Voice commerce (голосовые помощники), телемаркетинг и др.¹

Дистанционная торговля имеет массу отрицательных моментов.

Так, учитывая то, что рыночные отношения прогрессируют, лица участвующие в них сталкиваются с необходимостью усовершенствования процесса онлайн-продаж. Так, 31 декабря 2020 года правила, устанавливающие порядок продажи товаров дистанционным способом, утверждённые постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 года № 612² (далее – старые Правила интернет-торговли) прекратили своё действие. В свою очередь, с 1 января 2021 года стали действовать новые правила продажи товаров в розницу, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 года № 2463³ (новые Правила интернет-торговли). Теперь данные правила учитывают особенности интернет-торговли (дистанционной торговли).

Принятие обновленных условий, связано с тем, что прежняя политика утратила актуальность. Новые правила продвигают бизнес и позволяют сторонам договора договориться.

Отметим основополагающие изменения в правилах интернет-торговли.

В первую очередь, важным условием является оферта, чего ранее не было предусмотрено. При этом, следует понимать, что условия, размещенные на странице сайта также признаются офертой, что ведет к защите как бизнеса, так и покупателя, к тому же это гарантирует осведомленность сторон об

¹ Белугина Е.С. Договор дистанционной купли-продажи товаров // Инновационный потенциал развития общества: взгляд молодых ученых. Сборник научных статей 2-й Всероссийской научной конференции перспективных разработок: в 5 т. Курск, 2021. – С. 34.

² Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 (ред. от 16.05.2020) «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» (утратил силу с 1 января 2021 года в связи с изданием Постановления Правительства РФ от 11.07.2020 № 1036) // Собрание законодательства РФ. – 08.10.2007. – № 41. – ст. 4894.

³ 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» // Собрание законодательства РФ. – 18.01.2021. – № 3. – ст. 593

условиях, прописанных непосредственно в п. 12 и п. 17 Правил интернет-торговли¹.

Кроме того, ранее в законе говорилось: если покупатель «выразил намерение купить», бизнес обязан продать (пункт 18 и пункт 20 старых Правил). На настоящий момент, условия, пока их не подтвердят, не имеют силы. Это определено в пункте 13 обновленных Правил, регламентирующих дистанционную продажу товаров. В данном случае, новшества позволяют самостоятельно определять момент передачи товара. Все условия должны быть в оферте. При этом, такие изменения всецело «встают» на защиту бизнеса.

В настоящее время, расширился перечень обязательных данных, которые продавец должен разместить для покупателя. В пункте 19 новых правил указаны необходимые сведения для предпринимательских структур, которые следует размещать на страницах в сети Интернет. При внедрении таких новшеств, для компании-продавца необходимо получить только недостающие сведения. А вот для ИП все сложнее: формально он обязан указать свой электронный адрес и телефон, даже если работает без офиса. Целесообразно, если магазин «Косметика», то и электронный адрес логично, чтобы назывался также, а не 777kit@bk.ru. Для покупателей такое изменение весьма очевидно, так как когда он имеет больше контактов, то вероятность того, что он беспрепятственно сможет связаться с продавцом, в случае необходимости, возрастает.

Кроме того, важным изменением стало то, что если не прописан процесс обращений, то покупатель может жаловаться на недобросовестность продавца, как угодно. Данное обстоятельство регламентируется пунктом 21 новых Правил. При этом, если раньше в законе о защите прав потребителей отсутствовало требование о порядке разбирательств. Стоит привести пример, когда покупатель направляет претензию электронным путем, а получатель с

¹ Соколова А.В. Правила продажи товаров дистанционным способом // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 45. – С. 1475.

ней не ознакамливается. Теперь же бизнес определяет способ принятия заявления, при условии, что они не будут абсурдными, и не станут злоупотреблять правом.

Если предпринимательская структура самостоятельно не укажет каким образом покупатель может обратиться с заявлением, то он выберет способ обращения самостоятельно. Может даже написать обычное смс-сообщение о том, что, к примеру, он хочет вернуть товар, и продавец будет обязан его рассмотреть. Таким образом, продавцы должны более тщательно отрегулировать процесс обращений покупателей.

В настоящее время, заказ считается заключенным, когда продавец должен подтвердить заказ и условия покупки. Данный аспект прописан в пункте 14 новых Правил интернет-торговли.

Ранее, в законе последствия оформления заказа не обозначались, поэтому у покупателей были вопросы, связанные со статусом оплаты, поводу того, оплачен ли заказ или нет, будет ли произведена доставка и т.п.

В целом такие, изменения существенно ни на что не повлияли, поскольку продавцы уже и ранее направляли письма или смс в ответ на оформление заказа. Поэтому, по сути, закон закрепил устоявшуюся практику, сложившуюся в дистанционных методах продаж.

Таким образом, обновленные правила продажи через интернет, которые действуют с 1 января 2021 года и ввели, следующие особенности:

- оферта должна быть на сайте;
- условия продажи не действуют, пока бизнес их не подтвердил;
- контактная информация должна быть подробной;
- если не прописать процесс для обращений, покупатель может жаловаться как угодно;
- бизнес должен подтвердить заказ и условия покупки.

Потребитель имеет право осуществить отказ от приобретенного товара в любое время до его передачи, а после передачи товара – в течение 7 дней либо в течение 3 месяцев в случае, если продавец не проинформировал

покупателя в письменной форме при доставке товара о порядке и сроках его возврата. Более подробно порядок возврата товаров при дистанционной торговле рассмотрен далее, в параграфе 2.3 настоящей работы.

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

Несмотря на очевидные преимущества развития интернет-торговли, следует отметить, что существуют определенные нарушения прав потребителей. В частности, основной спецификой дистанционного приобретения товаров являются следующие. Во-первых, заключение договора производится в онлайн-формате, не подразумевает нахождение покупателя в специально оборудованном месте. Во-вторых, покупатель не имеет возможности увидеть товар вживую, он может с ним ознакомиться только на изображении (каталог, Интернет-магазин, буклет или реклама), а также прочитать описание. Следовательно, покупатель лишается возможности ознакомления с приобретаемым товаром. В-третьих, спорным остается вопрос о том, стоит ли относить к предмету договора дистанционной купли-продажи товары, которые могут иметь и нематериальную форму, например, фильм, музыку и т.д.¹ Стоит отметить, что не допускается продажа алкогольной продукции, драгоценных металлов, лекарственных препаратов, так как данный вид продукции качается здоровья человека и не может быть приобретен в сети Интернет. Поэтому стоит сделать вывод о том, что предмет дистанционного договора купли-продажи намного ограничен, чем у договора «традиционной» купли-продажи².

В рамках этого, очевидно, что онлайн-покупатели сталкиваются со многими неизбежными проблемами, например, с распространением ложных сведений о товарах. Поэтому в целях защиты в РФ действуют нормы Закона, такие как в ст. 26.1 вышеназванного закона, где обозначены требования к

¹ Матыцин, Д. Е. Обеспечение исполнения государственных и муниципальных контрактов: банковские гарантии и цифровые технологии / Д. Е. Матыцин, И. В. Балтутите // Евразийский юридический журнал. – 2020. – № 11 (150). – С. 133.

² Альджабери М.А. Правовая природа дистанционного договора купли-продажи // Студенческий. – 2022. – № 2-4 (172). – С. 33.

предоставлению потребителям достоверных и исчерпывающих сведений о товарах. Во многих случаях происходит то, что у покупателя ограничена возможность визуального осмотра до факта получения.

Кроме того, пришедший товар может не соответствовать описанию, заявленному сайтом. Далее, каждый потребитель сохраняет за собой право предоставления ему информации, на возмещение ущерба в случае его возникновения, на неприкосновенность частной жизни¹. Учитывая данный факт, в целях защиты личной информации покупателей, необходимо более тщательно разработанное и детально продуманное законодательство².

Кроме того, согласно, п. 5 Правил продажи товаров дистанционным способом, указанным способом запрещено продавать товары, оборот которых запрещен или ограничен на территории РФ. Особое внимание законодатель уделяет обороту алкогольной продукции.

Одним из оснований такого решения законодателя является невозможность организовать контроль за продажей алкогольной продукции несовершеннолетним, которая запрещена в соответствии со ст. 16 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции». Поэтому, считаем, что в п. 5, указанного ранее закона, необходимо внести положение о запрете дистанционной продажи несовершеннолетним всех запрещённых групп товаров.

Также, прямой нормой закона запрещены к продаже онлайн оружие и патроны к нему, хоть и допускается владение охотничьим и травматическим оружием, получив специальное разрешение³.

По поводу продуктов питания в пункте 9 Правил существует уточнение, что при доставке покупателю товаров, продавец также обязан предоставить

¹ Матыцин Д. Е. Цифровые технологии реализации гражданско-правовых сделок: договор репо на инвестиционные активы рынка ценных бумаг // Право и практика. – 2020. – № 2. – С. 136–140.

² Мамедли З.А.О. Особенности нарушения прав потребителей при Интернет-торговле // Правовая парадигма. – 2021. – Т. 20. – № 3. – С. 149.

³ Хазиева Р.Р. Предмет договора дистанционной купли-продажи // Аллея науки. – 2019. – Т. 4. – № 16. – С. 137.

информацию о составе, пищевой ценности и прочее. Из этого следует, что дистанционная продажа продуктов питания разрешена, но при отсутствии обязательной информации, потребитель может предъявить претензии и обратиться в Роспотребнадзор, который может предпринять меры административного реагирования и предъявляет иски в суды о признании действий продавца противоправными в отношении неопределенного круга потребителей. На сегодняшний день, детально не определен порядок продажи лекарственных средств. Хотелось бы отметить, что продукты питания и лекарственные средства имеют срок годности, что говорит о том, что следует ввести и более ограниченный срок доставки, нивелирующий риск порчи товара. На основании этого нами предложено внести в Правила срок доставки который, не может превышать трех дней со дня заключения договора купли-продажи дистанционным способом при условии, что в момент доставки продуктов питания срок годности последних истекает не ранее, чем через пять дней.

Таким образом, анализ, проведенный выше позволяет сделать вывод о том, что потребитель уязвим, в виду того, что он приобретает товар, в значительной степени рассчитывая на порядочность продавца. Правительством Российской Федерации было издано распоряжение от 28.08.2017 № 1837-р «Об утверждении Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030 года»¹, которые способствуют защите потребительских прав граждан.

В целом подводя итог, можно заключить, что при всем наборе преимуществ торговли через сеть «Интернет», которая набрала обороты в период новой коронавирусной инфекции в 2020 году, при введении ограничений по посещению общественных мест, это не на много прибавило доверие населения к онлайн площадкам. Цифровизация с каждым месяцем растёт, а значит и дистанционные покупки увеличиваются. Существует

¹ Распоряжение Правительства РФ от 28.08.2017 № 1837-р «Об утверждении Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030 года» // Собрание законодательства РФ. – 11.09.2017. – № 37. – ст. 5543.

необходимость разработки новых юридических методов поддержания данного вида торговли, учитывая всё возможное разнообразие. Особенно стоит уделить внимание регулированию взаимодействий в сети «Интернет», добавляя новые способы реализации товара и узаконивая его обороты и разграничивая ответственность сторон торговых отношений. Все нормативные акты, касаемые данного вопроса, должны не идти в разрез с нормами международного права и не создавать юридические коллизии.

Таким образом, данные действия повысят защищенность субъектов предпринимательской деятельности в условиях эффективной системы в рассматриваемой сфере. Для защиты прав потребителей, должны быть установлены в полном объеме правовые средства обеспечения законности в сфере онлайн-торговли.

2.3 Особенности возврата товара, приобретенного дистанционным способом

В соответствии с нормами действующего законодательства, регламентирующего процесс дистанционной торговли, этим же нормами определяется порядок возврата товара в Интернете, распространяются на юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, которые занимаются онлайн-торговлей официально. В частности, покупатель вправе обменять купленный товар на аналогичный в течение 14 дней с момента его покупки, об этом свидетельствует ст. 502 ГК РФ. Однако п. 2 этой же статьи отсылается на Правила дистанционной продажи товаров. Также следует отметить, что при покупках у физических лиц на «Юле» или «Авито», в социальных сетях и других подобных площадках, вернуть товар, опираясь на требования закона, не получится. Поэтому покупателю следует помнить об этом, совершая дистанционные покупки.

Кроме того, закон устанавливает лишь общие правила возврата, а далее у каждого продавца будет своё видение, как вернуть товар в интернет-магазин. Например, у каждого магазина может быть своя форма заявления на возврат/обмен продукции и способ её подачи.

В общем случае, возврат товара потребителем без нарушения его упаковки и состояния, а также при наличии квитанции не должен быть ограничен. Это регулируется Законом «О защите прав потребителей». Знание его правил позволяет отстоять свои права даже при встрече с недобросовестным продавцом. Например, любой предмет одежды, включая обувь, может быть возвращен продавцу в течение 2 недель после покупки. Более того, можно вернуть товар без объяснения причины, при условии сохранения его первоначального вида. Наличие или отсутствие гарантии качества, предоставленной продавцом, не имеет значения¹.

Что касается машин, электроники и автомобилей, то для того чтобы вернуть оборудование обратно в магазин, оно должно быть неисправным или иметь явный дефект производителя. Некоторые магазины бытовой техники предлагают бесплатный ремонт или замену вместо возврата денег и даже предусматривают это в условиях гарантийного договора. В этом случае закон защищает покупателя – он может отказаться от предложенной замены бракованного товара и получить свои деньги обратно. Что касается экспертизы, которая может потребоваться для доказательства наличия дефекта, то покупатель оплачивает ее только в том случае, если гарантия на изделие истекает. Если оборудование находится на гарантии, продавец обязан нести все расходы по проведению экспертизы².

В любом случае, возврат товара – это право покупателя, закрепленное в законодательстве о защите прав потребителей. Так, согласно, ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей) товар, купленный онлайн, можно вернуть:

- до момента передачи покупателю – в любое время;
- после передачи покупателю – в течение 7 дней при условии, что получатель не нарушил потребительские свойства и изначальный внешний вид товара, а также сохранил документы, подтверждающие факт покупки: чек, акт приёма/передачи и т.д.

¹ Овчинникова Е.А., Головина Д.В. Право потребителя. Закон «О защите прав потребителей» // Современные научные исследования и разработки. – 2017. – № 8 (16). – С. 398.

² Абдурахманов Р.Р. Защита прав потребителей при продаже товаров ненадлежащего качества. – 2017. – № 6. – С. 202.

Покупатель имеет право обменять или вернуть дистанционную покупку, по указанным в законе основаниям. В частности, распространенными причинами, которые дают покупателю право вернуть онлайн-покупку являются следующие¹:

- товар оказался ненадлежащего качества. Покупатель нашёл производственный брак, механические повреждения по вине продавца или транспортной компании, какие-либо другие дефекты;

- вещь не подошла по размеру, цвету, фасону, эксплуатационным характеристикам;

- товар не соответствует описанию на сайте продавца. Если фото и свойства продукции, указанные на странице онлайн-магазина, не отвечают действительности, товар можно вернуть, даже если он входит в список невозвратных;

- продавец завысил цену товара уже после оформления покупки или включил в заказ дополнительные платные услуги.

Также потребитель вправе вернуть товар, купленный дистанционно, даже если он просто передумал его покупать.

Таким образом, законодательством РФ предусматривается, что дистанционный покупатель вправе отказаться от покупки в любое время до того, как получит её².

В целом, покупатель при дистанционной покупке вправе вернуть качественные, но не подошедшие вещи в течение 7 дней с момента получения, но при этом были соблюдены основные условия к возврату при интернет-торговле, а именно: сохранить потребительский вид, товарный вид изделия, предоставить чек или выписку из банка об оплате. И никаких других ограничений в возврате нет, кроме того, что действуют ограничения в

¹ Гаджиева Э.Г. Причины возвратов товаров в Интернет-магазины и способы решения данной проблемы // Приоритетные и перспективные направления научно-технического развития Российской Федерации. Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. Редколлегия: С.М. Нечаева и [др.]. Москва, 2021. – С. 164.

² Мухина А.Ю. Некоторые актуальные проблемы защиты прав потребителей // Россия и мир: развитие цивилизаций. Преобразования цивилизационных ценностей в современном мире. Материалы XI международной научно-практической конференции: В 2-х ч. Москва, 2021. – С. 467.

«невозвратных» товаров надлежащего качества. В 2021 году в новых Правилах онлайн-торговли Правительство утвердило перечень невозвратных товаров надлежащего качества для магазинов онлайн-торговли. Согласно Постановлению № 2463, в этот список вошли:

- ткани;
- кабельная продукция;
- животные и растения;
- предметы личной гигиены (зубные щетки, расчески, заколки, бигуди для волос, парики, шиньоны и другие аналогичные товары);
- бельё и чулочно-носочные изделия;
- отрезные отделочные и строительные материалы (линолеум, ковролин, плёнка и т.д.);
- бытовая химия, агрохимикаты;
- парфюмерная и косметическая продукция;
- медицинские товары, лекарства, санитарные изделия из резины, металла, текстиля, средства для гигиены полости рта, очки и линзы;
- ёмкости и принадлежности для транспортировки, хранения и употребления пищевых продуктов, включая одноразовые изделия;
- изделия из драгоценных камней и металлов;
- мебель бытового назначения;
- бытовые плавсредства, автомобили, вело- и мототовары, прицепы, малая сельскохозяйственная техника;
- технически сложные бытовые изделия с гарантией производителя от 1 года;
- патроны и гражданское оружие;
- непериодические издания.

По-прежнему нельзя вернуть изделия, по индивидуальному заказу: например, за платье, сшитое по меркам покупателя, мебель, сделанная по эскизам клиента под размеры его квартиры. Продукты питания можно вернуть, только если они испорчены или просрочены.

Однако важно отметить, что существуют определенные нюансы в возврате, так называемых «невозвратных» товаров. Так, согласно, новых Правил, осуществления интернет-торговли, в настоящее время, технику (включая бытовую и автомобильную) и ювелирные украшения можно возвращать онлайн-продавцу. Такое правило установлено в пунктах 41, 45 и 51 нового порядка продажи товаров дистанционным способом.

В целом существуют определенные сложности в возврате товаров, купленных дистанционным способом. Это непосредственно связано с тем, что существует «невозвратный список». Например, при непосредственной физической покупке товаров в магазине, по закону нельзя вернуть: ювелирные украшения; технически сложные товары; медицинские товары; мебельные гарнитуры; животные и растения. В свою очередь, для онлайн-покупок такого списка нет и можно вернуть и кольцо, гаджет, и указанное выше домашнее животное. Сейчас, продавец онлайн-магазина точно обязан принять: ювелирные украшения, например кольца, серьги; технически сложные товары, например бытовую технику, электронику, часы с двумя и более функциями, некоторый транспорт¹.

Такие изменения в возврате товаров, повлияли положительным образом главное на покупателя. За них продавец обязан вернуть деньги в течение 15 дней с момента получения покупателем.

Однако, к примеру стоит отметить, что в целом, процесс возврата товара, купленного в розницу и механизм возврат товара, купленный онлайн аналогичны. Но имеются исключения, например, кухонный гарнитур, купленный в розницу, надлежащего качества не обменивается, поскольку входит в Перечень товаров, которые не подлежат обмену, но приобретая его онлайн, возврат допускается.

Как было выше отмечено, в судебной практике нет единого мнения применения Перечня возврата товаров, купленных дистанционным способом.

¹ Саркисян А.А., Гусев Д.А. Политика возвратов у компаний, работающих в области электронной коммерции // Логистика сегодня. – 2021. – № 4. – С. 250.

Существуют различные позиции на этот счет. Например, судебная коллегия Смоленского областного суда пришла к выводу о том, что Закон о защите прав потребителей не устанавливает запретов в части товаров, приобретенных дистанционным способом, и не содержит отсылочной нормы к Перечню невозвратного товара¹, поэтому товары, приобретенные при онлайн-покупке, могут быть возвращены продавцу, как и при обычной покупке, осуществляемой оффлайн. Аналогичной позиции придерживается Московский городской суд в своем судебном решении, указывая, что данный Перечень принят в отношении ст. 25 Закона о защите прав потребителей и не относится к правилам обмена товаров, приобретенных дистанционным способом, конкретно к ст. 26.1 указанного закона². В свою очередь, другая часть судов придерживается иной позиции. Например, в апелляционном определении Пермского краевого суда указано, что не исключается применение Перечня товаров, которые не подлежат обмену, соответственно качественный товар не подлежит обмену при дистанционной покупке при отсутствии нарушений прав потребителя при выборе и приобретении товара³. Тульский областной суд также придерживается данной позиции⁴. Покупатель не может реально оценить товар на предмет его качества, размера, цвета в договоре розничной купли-продажи дистанционным способом, как бы то было в договоре розничной купли-продажи и, следовательно, занимает менее выгодное положение по сравнению с продавцом. В связи с этим, стоит согласиться с мнением Конституционного Суда РФ, что дистанционный способ продажи, в первую очередь, должен быть направлен на защиту прав

¹ Апелляционное определение СК по гражданским делам Смоленского областного суда от 10.12.2019 по делу № 33-4104/2019 // СПС Гарант.

² Апелляционное определение Московского городского суда от 04.06.2015 по делу № 33-16894/15 // СПС Гарант.

³ Апелляционное определение СК по гражданским делам Пермского краевого суда от 10.02.2020 по делу № 33-1054/2020 // СПС Гарант.

⁴ Апелляционное определение СК по гражданским делам Тульского областного суда от 07.02.2019. по делу № 33-161/2019 // СПС Гарант.

потребителей как слабой стороны данного договора и обеспечение потребителей возможностью выбрать товар¹.

Учитывая изложенные факты, в настоящее время, для осуществления добросовестной дистанционной торговли, продавец, обязан указать на сайте также и информацию о процедуре возврата, учитывая условия покупки и ситуации. Приведем в пример одну из крупнейших площадок Wildberries (рисунок 1):

Возврат товара надлежащего качества

Срок возврата товара

Срок возврата товара надлежащего качества составляет 21 день с момента получения товара, если иное не было оговорено при продаже товара.

Причинами для возврата товара со стороны Покупателя могут быть следующие:

- Не подошел размер, фасон, цвет, длина и т.п.
- Оттенок полученного товара отличается от оттенка модели с фотографии на сайте.

! Товар принимается к возврату только в полной комплектации, со всеми упаковками и наклейками, в ненашеном/неиспользованном виде

Возврат товара надлежащего качества осуществляется двумя способами:

- Возврат в фирменные пункты выдачи/возврата Wildberries.
- Вызов курьера Wildberries (услуга предоставляется жителям городов, где есть курьерская доставка).

1. Самостоятельный возврат

Покупатель может самостоятельно вернуть не подошедший товар в наши фирменные пункты выдачи/возврата.

2. Возврат курьером

Услуга доступна для населенных пунктов, куда осуществляется доставка курьером.

На один день возможно оформить на возврат с помощью курьера не более 10 позиций. Количество товаров для возврата в пунктах выдачи не ограничено.

Рисунок 1 – Порядок возврата товаров у интернет-ритейлера Wildberries

Анализ рисунка 1, показывает, что в рамках действующих правил интернет-торговли, срок возврата ритейлером был увеличен до 21 дня.

Таким образом, в целях защиты прав потребителей законодатель устанавливает требования к реализации продавцом права потребителя требовать замены или возврата товара ненадлежащего качества. Однако порядок заявления покупателя о возврате товара и уплаченных денежных средств в законодательстве отсутствует. Вероятно, это связано с принципиальной необходимостью реализации этого права, в то время как форма этого заявления имеет второстепенное значение. Правоприменительная практика указывает на тот факт, что в данной ситуации преимущественной все

¹ Определение Конституционного Суда Российской Федерации от 19.11.2015 № 2724-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Романова Романа Андреевича на нарушение его конституционных прав пунктом 4 статьи 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» // СПС Гарант.

же является письменная форма заявления, которая позволяет изложить все детали сделки.

Учитывая изложенную проблематику, в целях регулирования процесса возврата товара, купленного при дистанционном способе, целесообразно внести следующие предложения в действующее законодательство:

1) Добавить в абз. 2 п. 13 Правил продажи предложение: «Продавец после получения сообщения потребителя о намерении заключить договор розничной купли-продажи отправляет покупателю документы, подтверждающие заключение договора купли-продажи (счет-фактуру, список товаров, оформленных к заказу и иные документы, подтверждающие заключение договора).

2) В целях единообразия судебной практики по защите покупателей, приобретающих товары в онлайн-режиме в ст. 26.1 Закона о защите прав потребителей необходимо добавить п. 6 следующего содержания: «Перечень товаров, которые не подлежат обмену или возврату, установленный законом или иными правовыми актами, к настоящей статье не применяется».

Указанные правовые механизмы, позволят урегулировать процесс возврата товаров, и смогут снизить уровень проблемных вопросов.

3 ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ПРОДАЖЕ ТОВАРОВ ДИСТАНЦИОННЫМ СПОСОБОМ

3.1 Отдельные проблемные аспекты в области защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом

Как показал ранее проведенный анализ, розничная купля-продажа, произведенная дистанционным способом имеет ряд преимуществ: простота, доступность, скорость взаимодействия и др. Однако, в современных условиях, интернет-сделка имеет за собой последствия в виде возникновения прав и обязанностей у сторон, которые с момент ее заключения проявляют свою волю продать или приобрести товар и рассчитывают на конкретный результат (получение товара или прибыли). Товар должен находиться в наличии у продавца и не должен быть изъят из оборота. В качестве отличительных особенностей данного договора можно назвать электронную форму договора и то, что покупатель не может проверить качество приобретенного товара до выполнения обязанности продавца передать его. В остальном, купля-продажа в Интернете не отличается от обычной купли-продажи и регулируется теми же нормами.

Однако, на практике могут нарушаться определенные нормы законодательства. Анализ правовых аспектов законодательства, условия п. 1 ст. 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей» допускают заключение договора купли-продажи путем ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными исключаящими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара) способами. Продавцом до заключения договора должна быть предоставлена потребителю информация об основных потребительских свойствах товара, об адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, о полном фирменном наименовании продавца (изготовителя), о цене и об условиях приобретения товара, о его

доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора¹. Таким образом, при покупке в маркетплейсах заключается договор купли-продажи, в качестве письменной формы его заключения выступает электронный чек об оплате товара. Когда на сайте размещен товар с определенной ценой, данное предложение является публичной офертой, так как оно адресовано неопределенному кругу лиц на указанных условиях, что закреплено в ст. 437 ГК РФ. При нажатии кнопки «оформить заказ» происходит акцепт оферты – полный и безоговорочный ответ лица, которому адресована оферта, о ее принятии. После данных действий договор купли-продажи считается заключенным, а обязанности покупателя выполненными. При этом, в обязанности продавца входит продать и доставить товар по той цене, которая была указана при акцепте. В случае одностороннего отказа от исполнения дистанционного договора купли-продажи действуют общие нормы ст. 450.1 ГК РФ. Отказ требует уведомления другой стороны.

Однако на практике могут возникать определенные проблемы. Так, к примеру, согласно п. 1.4.1 Условий продажи Товаров для физических лиц в OZON.ru², аннулировать заказ могут Продавец, Ozon или Клиент. Следующий пункт условий перечисляет закрытый перечень оснований для отмены покупки после уведомления клиента по основаниям: «закрытие региона доставки, изменение таможенных правил и процедур, закрытие Пункта выдачи Заказов, выбранного Клиентом в качестве способа доставки, утеря Заказа при доставке, выявление в процессе сборки Заказа брака, пересорта Товара и отсутствии экземпляра Товара надлежащего качества для передачи Клиенту, отсутствие Товара у Продавца по любым причинам, выявление недостоверной информации о Товаре, отсутствие документов, подтверждающих качество Товара, наличие других обстоятельств,

¹ Сорокина Е.А. Дистанционная купля-продажа товаров: актуальные проблемы практики // Студенческий форум. – 2022. – № 5-2 (184). – С. 58.

² Условия продажи Товаров для физических лиц в OZON.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://docs.ozon.ru/> (дата обращения: 16.03.2022)

препятствующих передаче Товара согласованным способом». Никакие технические сбои, ошибки менеджеров, проблемы с серверами или даже отсутствие товаров на складе, на что ссылался маркетплейс, не дает права продавцу поступать таким образом. П. 2 ст. 455 ГК РФ подчеркивает, что на момент заключения договора купли-продажи, товар должен находиться в наличии у продавца. Для решения проблемы, возникшей у клиентов, им необходимо направить письменные претензии продавцу и маркетплейсу о несогласии с отменой заказа и требовании продать товар по цене, установленной в момент заключения договора¹.

До сих пор остается проблемой идентификация субъектов², ведь IP-адрес не всегда может способствовать в этом: это не привязывает данные к конкретному лицу, ЭЦП также не решает проблему³. Озвученная проблема также влечет противоправность деяний со стороны продавцов, ведущих недобросовестную торговлю, используя уязвимые стороны интернета. В случае возникновения спора, возникают сложности в доказывании в передаче фальшивого платежного документа; суд может обратиться к телекоммуникационной компании, раскрывшей продавцу контактный номер телефона⁴.

То, что потребитель не может лично ознакомиться с товаром при дистанционной торговле является существенной и главной чертой продаж (Апелляционное определение Кемеровского областного суда от 24.04.2018 по делу № 33-3542/2018⁵). Как следствие, решающим моментов в данных условиях является наличие информационных прав, таких как требовать предоставления всеобъемлющей информации о товаре (ч. 1 ст. 7, ст. 10 Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», п. 17 Правил

¹ Филин Д.М. Особенности правового регулирования торговли посредством сети Интернет // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – Т. 1. – № 44. – С. 409.

² Архипов В.В., Килинкарлова Е.В., Мелашенко Н.В. Проблемы правового регулирования оборота товаров в сети Интернет: от дистанционной торговли до виртуальной собственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

³ Красуля Е.В. Правовой статус интернет-магазин // Наука и современность. – 2017. – № 2 (12). – С. 71.

⁴ Талапина Э.В. Право и цифровизация: новые вызовы и перспективы // Журнал российского права. – 2018. – № 2 (254). – С. 5.

⁵ Апелляционное определение Кемеровского областного суда от 24.04.2018 по делу № 33-3542/2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

продажи товаров дистанционным способом, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612).

На сегодняшний день остро стоит вопрос идентификации продавца. Всё это необходимо для того, чтобы максимально огородить его от незаконных противоправных посягательств, а также ограждая тем самым, при судебном порядке урегулирования разногласий, определять надлежащего ответчика, но только в том случае, когда на торговой площадке, которую использовал покупатель при формировании заказа. Таким образом, сайт фиксирует данные об одном случайном лице, а в момент доставки товара предоставляются документы, где продавец представлен иным именем. Отсюда напрашивается вопрос о возможности предъявления различных категорий требований при обнаружении недостатков партии товара, не исключая направления их тому лицу, сведения о котором содержатся на торговой площадке. Московский городской суд признаёт ненадлежащим ответчиком при возникновении следующих факторов:

а) отсутствие доказательств о ведении торговой деятельности через онлайн-площадку, а также она принадлежит продавцу на праве собственности, электронной площадки, рекламораспространителем (Апелляционное определение Московского городского суда от 20.07.2018 по делу № 33-31790/2018¹);

б) информация о продавце размещена на сайте, но отсутствует в товарной накладной (Апелляционное определение Московского городского суда от 18.07.2017 по делу № 33-24162/2017²).

Таким образом, стоит отметить, что рассмотренный подход даёт хорошее подспорье для недобросовестного продавца, к примеру, в том случае, когда представители юридического лица, указанного в сопроводительных документах, не явились в зал судебного заседания, а извещение было

¹ Апелляционное определение Московского городского суда от 20.07.2018 по делу № 33-31790/2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

² Апелляционное определение Московского городского суда от 18.07.2017 по делу № 33-24162/2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

возвращено отправителю по известному адресу за истечением срока хранения (Апелляционное определение Московского городского суда от 20.07.2018 по делу № 33-31790/2018). Поэтому, в случае отрицание причастности к договору лица, в момент осуществления выбора товара, необходимо иметь представление о контрагенте.

Кроме того, в судебной практике сформировался подход о том, что из анализа положений п. 18 и п. 20 Правил продажи товаров дистанционным способом, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 № 612, вытекает, что в случае с договором розничной купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом такой договор считается заключенным с того момента, как продавец, направивший оферту получил сообщение от покупателя о намерении приобрести товар, с этим моментом связывается возникновение обязанности передать товар и другие связанные с этим обязанности (Апелляционное определение Челябинского областного суда от 27.06.2017 по делу № 11-7360/2017¹; Апелляционное определение Санкт-Петербургского городского суда от 22.02.2018 № 33-4031/2018 по делу № 2-7477/2017²; Апелляционное определение Красноярского краевого суда от 09.04.2018 по делу № 33-4301/2018³; Апелляционное определение Саратовского областного суда от 09.10.2019 по делу № 33-7532/2019⁴). Определенно прозрачнее ситуация, когда на сайте интернет-магазина указан конкретный контрагент, соответственно, если заказанный товар доставляется покупателю от иного отправителя, лицо, указанное на сайте заказа, будет приходиться ответчиком по спорам о защите прав потребителей.

В Стратегии государственной политики Российской Федерации в области защиты прав потребителей на период до 2030 года, утвержденной

¹ Апелляционное определение Челябинского областного суда от 27.06.2017 по делу № 11-7360/2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

² Апелляционное определение Санкт-Петербургского городского суда от 22.02.2018 № 33-4031/2018 по делу № 2-7477/2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

³ Апелляционное определение Красноярского краевого суда от 09.04.2018 по делу № 33-4301/2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

⁴ Апелляционное определение Саратовского областного суда от 09.10.2019 по делу № 33-7532/2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

Распоряжением Правительства РФ от 28.08.2017 № 1837-р¹, предлагается обеспечить защиту прав потребителей в сфере электронной торговли, в том числе в части расширения комплекса предоставляемой информации и путей её размещения в сети и в специализированных смарт приложениях, но пока что в отношении данных требований действия законодателем не установлены. Полагаем, что в случае введения законодательных предписаний, включающих, помимо всего прочего, обязанности по размещению сведений из ЕГРЮЛ и ЕГРИП, позволило бы хоть в некоторой степени приблизиться к идентификации продавца, укрепив его правозащитные позиции.

По статистическим наблюдениям, касаемых нарушений прав потребителей, дистанционно приобретающих товары, указанные в Стратегии государственной политики Российской Федерации в области защиты прав потребителей на период до 2030 года, утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 28.08.2017 № 1837-р, выделяют три группы нарушений².

Основная группа – закономерно неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательства по передаче товара в собственность по договору розничной купли-продажи дистанционным способом с использованием сети Интернет, которые находят свое выражение в следующем:

- а) срыв поставки оплаченного товара;
- б) низкое качество приобретаемого товара, либо разность ожиданий и реальных показателей вещи, её описания.

Побочная группа нарушений потребительских прав, а именно, нарушения, причинно-следственной связью которых станут проступки, конечную цель имеющие в неисполнении или ненадлежащим образом исполнении продавцом дистанционной купли-продажи. Группа способствующих нарушений - относятся нарушения информационных прав

¹ Распоряжение Правительства РФ от 28.08.2017 № 1837-р «Об утверждении Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030 года» // Собрание законодательства РФ. – 11.09.2017. – № 37. – ст. 5543.

² Аблятипова Н.А., Кравцова А.А. Нарушение прав потребителей при приобретении товара дистанционным способом в сети Интернет: проблемы идентификации продавца и его недобросовестности // Вестник Московского университета МВД России. – 2021. – № 6. – С. 12.

потребителей, связанные с сокрытием информации о продавце либо неполным раскрытием таковой информации.

Группа нарушений, связанная с отсутствием, передачи, вытекающих из неисполнения или ненадлежащего исполнения обязанности продавца передать товар, относятся: а) отказ в рассмотрении требований потребителя; б) отказ или уклонение в возврате причитающихся покупателю денежных средств, которые ранее он уплатил за товар.

Как показывает практика, частыми случаями нарушения законных прав и интересов потребителя в форме неисполнения надлежащим образом обязательств продавца при передаче товара, как следствие, при обращении первого в суд, ответчик игнорирует посещение заседаний и не реагирует на судебные извещения (Решение Ворошиловского районного суда Ростова-на-Дону № М-2464/2013 2-3092/2013 2-3092/2013~М-2464/2013 от 23. декабря 2013 г.; Решение Тракторозаводского районного суда Челябинска № 2-1287/2019 2-1287/2019~М-883/2019 М-883/2019; Решение Выксунского городского суда Нижегородской области № 2-347/2019 2-347/2019~М-123/2019 М-123/2019 от 21 мая 2019 г. по делу № 2-347/2019), указанные решения формируют вывод о том, что исполнение решений судов ставится под большое сомнение и потребителю приходится либо слишком долго ждать, либо решение не исполняется вовсе.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы. Вся сложность защиты прав потребителей при дистанционном приобретении товаров и услуг, складывается из-за непродуманности интернет-идентификации, ненадлежащего уровня защиты информационных прав. Всё это приводит к ненадлежащим образом складывающимся правоотношениям и как следствие – нарушениям. В данном вопросе о гарантиях можно говорить только тогда, когда на законодательном уровне будут закреплены обязанности по озвучиванию на сайте в информационной вкладке продавца его ЕГРЮЛ и ЕГРИП, и прикрепляя расширенные данные о торговой интернет площадке.

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

Признание, соблюдение и защита прав и свобод граждан провозглашено в качестве основной обязанности государства и в условиях реформирования, необходимо предпринять меры для совершенствования законодательства в этой области. В современных реалиях жизни общества и модернизации экономической базы, а местами её деградации, особое внимание уделяется развитию законодательства ориентированного на собственность. Эта ориентация подчёркивает значимость института, так как в процессе его деятельности затрагиваются интересы каждого гражданина.

Отметим, что система законодательного регулирования дистанционной торговли состоит из общих и специальных норм, регулирующих некоторые виды деятельности, прямо связанные с осуществление продаж на интернет-платформах, что влечет необходимость детальной проработки и отображении в законах. На сегодняшний день, в условиях внесения изменений в Конституцию РФ, перестройки общества под условия пандемии, изменения порядка проведения мероприятий необходимо рассмотреть применения дополнительных правозащитных средств и обеспечить выработку новых концептуальных основ государственной политики в данной области.

Согласно ч. 2 ст. 497 ГК РФ (дистанционная продажа), договор розничной купли-продажи товаров заключается при ознакомлении покупателей с предложенным товаром, предоставленными продавцом в каталогах, буклетах или прочими способами.

На основании ст. 432 ГК РФ, существенными условиями, рассматриваемого вида договоров, признается предмет и цена. Следует помнить о запрете продажи таким способом алкоголя и иных запрещённых законом к продаже товаров.

Расторжение договора дистанционной продажи имеет особый порядок. Следует отметить, что законодатель дарует покупателю больше прав, так как относит его к более незащищенной категории субъектов. В связи с тем, что

покупатель, может оценить качество и свойства товара только по информации, которую предоставляет продавец, он наделён правом отказа в исполнении договора в течение 7 дней до и после получения заказа, если иное не предусмотрено договором, но при этом оплатив расход за доставку¹.

Заключение договора прямо не предусмотрен ни законодательством, ни разъяснен практикой, что порождает трудности в сфере их реализации между сторонами. Дистанционное заключение порождает технические особенности.

На интернет площадке существует множество продавцов, реализующих идентичные товары, и их оценить в плане добросовестности практически невозможно. Внешне их товары могут отвечать всем заявленным требованиям, но при передаче их покупателю, последний сталкивается со скрытыми дефектами. Всё это усложняет дальнейший процесс доказывания наличия недостатков и ограничивает возврат. А фирмы-однодневки и зеркальные интернет-сайты с каждым днем все больше растут и проявляются, а вместе с ними и растет судебная практика. Приведем пример, касающийся расторжения договора дистанционной продажи. Купив беговую дорожку на «Ozon Sport» истец, во время использования, выявил скрытые недостатки у товара. Чтобы разрешить эту проблему он обратился на горячую линию, где ему отказали, ссылаясь на пропуск срока и невозможности проведения экспертизы. Истец обратился в суд с требованиями о расторжении договора, возврата уплаченных денежных средств, компенсации морального вреда, часть из которых, в итоге, были удовлетворены судом².

На сегодняшний день устранить риск работы с «порядочными» и получении от них некачественных товаров практически невозможно, существует вероятность только снижения данного явления, ведь идентификация лиц практически не возможна в условиях современного

¹ Головизнин А.М. Проблемные вопросы заключения договора купли-продажи в сети Интернет // Проблемы научно-практической деятельности. Поиск и выбор инновационных решений. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа, 2021. – С. 29.

² Зюкина А.В. Дистанционный способ продажи товаров как вид розничной купли-продажи –выгодно ли? // Закон, государство, общество: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Пенза, 2022. – С. 17.

уровня цифровизации гражданского общества¹. Поэтому покупателям остается только самостоятельно проявлять должную осмотрительность.

Таким образом, правовые проблемы дистанционной торговли связаны с такими институтами гражданского права, как понятие и форма заключения договора, защита прав потребителей.

У потребителя существует множество способов как судебной, так и внесудебной защиты. При этом, механизм защиты прав потребителей в России ставит ряд проблем, в их числе:

- множественность пробелов в правовом регулировании защиты прав потребителей;
- низкая правовая грамотность потенциальных покупателей;
- низкий уровень контроля и надзора в данной области, а также отсутствие контроля со стороны ОМСУ;
- некорректность предоставленной продавцом информации о товаре;
- отсутствие эффективной системы выявления и устранения нарушений в этой сфере;
- непозволительная нагрузка на потребителя в доказывании недостатков товара;
- сложность определения и обоснования размера морального вреда.

Необходимо отметить, что существующий пласт законодательства недостаточен для проведения эффективной государственной политики. Мы нуждаемся в разработке комплексных планов, которые помогут с максимальной эффективностью регулировать дистанционную продажу товаров, вытекающую из этого защиту прав участников правоотношений. Нецелесообразно будет впускать новые виды торговли в уже проработанные институты гражданского общества. Несомненно, верным будет развитие цифровизации в стране, что повысит грамотность населения и снизит до нуля риск случайных покупок потребителями. В частности, для повышения эффективности защиты прав потребителей в этой сфере необходимо, прежде

¹ Богдан В.В. Трансформация частного права: ведение бизнеса в социальной сети // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: История и право. – 2021. – Т. 11. – №. 3. – С. 42.

всего, активизировать деятельность по просвещению населения, обучению граждан навыкам разумного потребительского поведения и принятия практических мер по защите их интересов. Кроме того, необходимо разработать меры по стимулированию предприятий к созданию автономных центров технической диагностики, а также оказывать содействие общественным объединениям потребителей в проведении экспертиз потребления товаров. Потребитель должен иметь возможность за разумную плату получить экспертное заключение о причинах неисправности мобильного телефона. Также необходимо каждому гражданину знать основные положения законодательства о защите прав потребителей, так как это дает возможность гражданину-потребителю не только приобрести статус равноправного субъекта на рынке товаров, работ, услуг, но и грамотно подойти к выбору товара надлежащего качества на основании полной и достоверной информации о нем, а при необходимости - для защиты своих прав.

Подводя итог, хотелось бы отметить, что современное гражданское законодательство содержит подробные положения по исследуемой теме, но не до такой степени, чтобы исключить все возможные споры. Детальное регулирование общественных отношений в этой сфере, с одной стороны, восполняет пробелы, существовавшие в советском законодательстве, с другой — возникают коллизии между различными законами, а также проблемы реализации правовых норм на практике.

Современное законодательство, регулирующее понятие «потребительство», характеризуется прежде всего детальной выработкой законодательных норм, устранением идеологического прошлого и стремлением соответствовать современному обороту имущества.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ, проведенный в рамках настоящего исследования, позволяет сделать следующие выводы.

В нашей стране на протяжении последнего десятилетия проводится активная политика по защите прав потребителей, в нормы действующего законодательства вносятся определенные изменения, что непосредственным образом связано с развитием рыночных механизмов торговли, а также с экономической ситуацией, сложившейся в мире, обусловленной последствиями пандемии и развитию в этих условиях дистанционной продажи товаров, в рамках механизма которой, еще не до конца сформировалась цивилизованная система отношений между производителями, продавцами и потребителями.

Подводя итог, хотелось бы отметить, что современное гражданское законодательство содержит подробные положения по исследуемой теме, но не до такой степени, чтобы исключить все возможные споры. Детальное регулирование общественных отношений в этой сфере, с одной стороны, восполняет пробелы, существовавшие в советском законодательстве, с другой — возникают коллизии между различными законами, а также проблемы реализации правовых норм на практике.

Современное законодательство, регулирующее понятие «потребительство», характеризуется прежде всего детальной выработкой законодательных норм, устранением идеологического прошлого и стремлением соответствовать современному обороту имущества.

В настоящее время, правовое регулирование сферы защиты прав потребителей в Российской Федерации представлено в следующем виде:

1. Общепризнанные принципы и нормы международного права, международные договоры РФ.
2. Гражданский кодекс РФ как основополагающий акт в системы гражданского законодательства.
3. Закон «О защите прав потребителей».

4. Постановление Правительства РФ «Правилами продажи товаров дистанционным способом».

5. Нормативные-правовые акты, которые содержат нормы, регулирующие отношения в сфере защиты прав потребителей.

Закон «О защите прав потребителей» определил объем прав потребителей и создал механизм реализации этих прав. Кроме того, права и интересы граждан защищают все отрасли российского законодательства: конституционное, гражданское, административное и уголовное право.

Закон «О защите прав потребителей» регулирует отношения, возникающие между потребителями и производителями, продавцами, исполнителями при реализации товаров, выполнении оплачиваемых работ и оказании услуг, то есть в части удовлетворения многочисленных бытовых потребностей граждан. Несмотря на очевидное отличие отношений купли-продажи от отношений, связанных с оказанием различных услуг, работ, они имеют определенные общие черты, что позволяет регулировать их в едином законе. Исходя из названия Закона РФ «О защите прав потребителей», можно предположить, что в нем содержатся правовые нормы, целью которых является восстановление уже нарушенного положения «слабой стороны», то есть потребителя. Таким образом, многие вопросы, связанные со спецификой договора дистанционной купли-продажи товаров не урегулированы законодательством, что вызывает спорные ситуации в судебной практике. Необходимо закрепить соответствующие положения в отдельном нормативно-правовом акте, так как данный вид купли-продажи становится все более популярным среди потребителей.

Что характерно, для законодателя и правоприменителей защита прав потребителей находится в приоритете, а в современных условиях пандемии, которая ударила по рыночной экономике, они приобрели особую социальную значимость, ведь пришлось перестраиваться в максимально короткие сроки, и ни у кого не было шансов на промедление. Это время, когда как никогда потребители стали уязвимы. Стабилизация методов и способов защиты станет

хорошим подспорьем для преодоления современных проблем, поскольку это было и остается важнейшим правовым институтом в социально ориентированных государствах. Провозглашаемые в России все основные права и интересы потребителей, соответствуют международно-правовым нормам и стандартам.

В связи с последними изменениями в законодательстве и новыми тенденциями на потребительском рынке вопросы защиты прав потребителей становятся все более актуальными. Поэтому, поэтапная реализация законодательных инициатив, изложенных в данной работе, позволит значительно улучшить ситуацию в сфере защиты прав потребителей в России и способствовать снижению социальной напряженности в обществе.

У потребителя существует множество способов как судебной, так и внесудебной защиты. При этом, механизм защиты прав потребителей в России ставит ряд проблем, в их числе:

- множественность пробелов в правовом регулировании защиты прав потребителей;
- низкая правовая грамотность потенциальных покупателей;
- низкий уровень контроля и надзора в данной области, а также отсутствие контроля со стороны ОМСУ;
- некорректность предоставленной продавцом информации о товаре;
- отсутствие эффективной системы выявления и устранения нарушений в этой сфере;
- непосильная нагрузка на потребителя в доказывании недостатков товара;
- сложность определения и обоснования размера морального вреда.

Необходимо отметить, что существующий пласт законодательства недостаточен для проведения эффективной государственной политики. Мы нуждаемся в разработке комплексных планов, которые помогут с максимальной эффективностью регулировать дистанционную продажу товаров, вытекающую из этого защиту прав участников правоотношений. Нецелесообразно будет впускать новые виды торговли в уже проработанные

институты гражданского общества. Несомненно, верным будет развитие цифровизации в стране, что повысит грамотность населения и снизит до нуля риск случайных покупок потребителями. В частности, для повышения эффективности защиты прав потребителей в этой сфере необходимо, прежде всего, активизировать деятельность по просвещению населения, обучению граждан навыкам разумного потребительского поведения и принятия практических мер по защите их интересов. Кроме того, необходимо разработать меры по стимулированию предприятий к созданию автономных центров технической диагностики, а также оказывать содействие общественным объединениям потребителей в проведении экспертиз потребления товаров. Потребитель должен иметь возможность за разумную плату получить экспертное заключение о причинах неисправности мобильного телефона. Также необходимо каждому гражданину знать основные положения законодательства о защите прав потребителей, так как это дает возможность гражданину-потребителю не только приобрести статус равноправного субъекта на рынке товаров, работ, услуг, но и грамотно подойти к выбору товара надлежащего качества на основании полной и достоверной информации о нем, а при необходимости - для защиты своих прав.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативно - правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Российская газета. – 2020. – № 144.
2. Договор о Евразийском экономическом союзе (Астана, 29 мая 2014 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.eaeunion.org> (дата обращения 25.04.2022).
3. Соглашение «Об основных направлениях сотрудничества государств – участников СНГ в области защиты прав потребителей» (Москва, 25 января 2000 г.) // Бюллетень международных договоров. – март 2002 г. – № 3.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 25.02.2022) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 5. – Ст. 410.
6. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 № 138-ФЗ (ред. от 16.04.2022) // Собрание законодательства РФ. – 2002. – № 46. – Ст. 4532.
7. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-I (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей» // Российская газета, 7 апреля 1992 г.
8. Федеральный закон РФ от 22.06.1998 № 86-ФЗ (ред. от 12.04.2010) «О лекарственных средствах» // Собрание законодательства РФ. – 1998. – № 26. – ст. 3006.
9. Федеральный закон РФ от 30.03.1999 № 52-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» // Собрание законодательства РФ. – 1999. – № 14. – ст. 1650.

10. Федеральный закон РФ от 02.01.2000 № 29-ФЗ (ред. от 13.07.2020) «О качестве и безопасности пищевых продуктов» // Собрание законодательства РФ. – 2000. – № 2. – ст. 150.

11. Федеральный закон РФ от 27.12.2002 № 184-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О техническом регулировании» // Собрание законодательства РФ. – 2002. – № 52 (часть I). – ст. 5140.

12. Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2010. – № 1. – ст. 2.

13. Федеральный закон от 04.06.2018 № 123-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг» // Собрание законодательства РФ. – 2018. – № 24. – ст. 3390.

14. Федеральный закон от 01.05.2022 № 135-ФЗ «О внесении изменения в статью 16 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей» // Российская газета. – 2022. – № 98.

15. 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» // Собрание законодательства РФ. – 18.01.2021. – № 3. – ст. 593

16. Распоряжение Правительства РФ от 28.08.2017 № 1837-р «Об утверждении Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030 года» // Собрание законодательства РФ. – 11.09.2017. – № 37. – ст. 5543.

17. Постановление Пленума Верховного суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» // Бюллетень Верховного Суда РФ. – 2012. – № 9.

18. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 (ред. от 16.05.2020) «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» (утратил силу с 1 января 2021 года в связи с изданием Постановления Правительства РФ от 11.07.2020 N 1036) // Собрание законодательства РФ. – 08.10.2007. – № 41. – ст. 4894.

Научная и учебная литература

19. Гафарова Г.Р. Защита прав потребителей / Под ред. З.М. Фаткудинова. – М.: Юстицинформ, 2018. – 328 с.

20. Гончаров В.В. Конституционно-правовые основы общественного контроля в Российской Федерации. Академия труда и социальных отношений. - Москва, 2019. - 256 с.

21. Жукова Ю.С. Особенности организации бизнес-планирования в сфере торговли и общественного питания: монография / Ю.С. Жукова, О.В. Лежнина, А.Ю. Маринина. – Киров: Аверс, 2019. – 96 с.

22. Рыков А.Ю. Гражданско-правовое регулирование сделок в глобальной сети Интернет. – М.: Юристь, 2018. – 258 с.

Публикации в научных журналах, сборниках и СМИ

23. Абдурахманов Р.Р. Защита прав потребителей при продаже товаров ненадлежащего качества. – 2017. – № 6. – С. 202-204.

24. Аблятипова Н.А., Кравцова А.А. Нарушение прав потребителей при приобретении товара дистанционным способом в сети Интернет: проблемы идентификации продавца и его недобросовестности // Вестник Московского университета МВД России. – 2021. – № 6. – С. 12-15.

25. Альджабари М.А. Правовая природа дистанционного договора купли-продажи // Студенческий. – 2022. – № 2-4 (172). – С. 33-35.

26. Белугина Е.С. Договор дистанционной купли-продажи товаров // Инновационный потенциал развития общества: взгляд молодых ученых.

Сборник научных статей 2-й Всероссийской научной конференции перспективных разработок: в 5 т. Курск, 2021. – С. 34-37.

27. Богдан В.В. Трансформация частного права: ведение бизнеса в социальной сети // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: История и право. – 2021. – Т. 11. – №. 3. – С. 42-52.

28. Бузарова Н.Х. Актуальные проблемы в сфере защиты прав потребителей // Аграрное и земельное право. – 2020. – № 10 (190). – С. 66-68.

29. Волкова А. Интернет-магазин: заключение договора // Финансовая газета. Региональный выпуск. Юридические науки Евразийский научный журнал. – 2015. – № 24. – С.78.

30. Вольхина А.Ю., Пивнева А.Г. Современные тенденции развития отрасли розничной торговли в Российской Федерации // Эпомен. – 2021. – № 58. – С. 61-66.

31. Гаджиева Э.Г. Причины возвратов товаров в Интернет-магазины и способы решения данной проблемы // Приоритетные и перспективные направления научно-технического развития Российской Федерации. Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. Редколлегия: С.М. Нечаева и [др.]. Москва, 2021. – С. 164-166.

32. Гильнич А.И. Современное состояние рынка дистанционной торговли в России: тенденции и проблемы развития // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 27. – С. 180-184.

33. Головизнин А.М. Проблемные вопросы заключения договора купли-продажи в сети Интернет // Проблемы научно-практической деятельности. Поиск и выбор инновационных решений. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа, 2021. – С. 29-31.

34. Ефимов А.В. Судебная защита прав потребителей финансовых услуг // Российское правосудие. – 2021. – № 5. – С. 89-95.

35. Зайцева Е.В. реализация защиты прав потребителей в условиях неблагоприятной санитарно-эпидемиологической обстановки: COVID-19 // Актуальные проблемы юриспруденции. Сборник статей по материалам XXXVII международной научно-практич. конференции. 2020. – С. 17-20.

36. Зюкина А.В. Дистанционный способ продажи товаров как вид розничной купли-продажи – выгодно ли? // Закон, государство, общество: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Пенза, 2022. – С. 17-20.
37. Костоусова А.Е. Особенности правового регулирования правоотношений в сфере защиты прав потребителей // Молодой ученый. – 2020. – № 4 (294). – С. 394-397.
38. Красуля Е.В. Правовой статус интернет-магазин // Наука и современность. – 2017. – № 2 (12). – С. 71–82.
39. Куйдина Т.А. Договор розничной купли-продажи дистанционным способом актуальные проблемы правового регулирования // Вопросы российской юстиции. – 2022. – № 17. – С. 333-341.
40. Литвинов Д.С. Закон «О защите прав потребителей» // Научные труды студентов Ижевской ГСХА. ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА. Ижевск, 2021. – С. 1083-1086.
41. Лунева Т.П., Кинаш Я.И., Защита прав потребителей как институт: понятие и сущность // Промышленность и сельское хозяйство. – 2019. – № 3 (8). – С. 52-56.
42. Мамедли З.А.О. Особенности нарушения прав потребителей при Интернет-торговле // Правовая парадигма. – 2021. – Т. 20. – № 3. – С. 149-154.
43. Матыцин Д.Е. Обеспечение исполнения государственных и муниципальных контрактов: банковские гарантии и цифровые технологии / Д. Е. Матыцин, И. В. Балгутите // Евразийский юридический журнал. – 2020. – № 11 (150). – С. 133–136.
44. Матыцин Д.Е. Цифровые технологии реализации гражданско-правовых сделок: договор репо на инвестиционные активы рынка ценных бумаг // Право и практика. – 2020. – № 2. – С. 136–140.
45. Моноолов Н.Ф., Гончаров В.В. Понятие и сущность института защиты прав потребителей в Российской Федерации // Право и государство: теория и практика. – 2020. – № 11 (191). – С. 235-238.

46. Морозова И.В. Перспективы и проблемы развития рынка e-commerce в России и мире // Вызовы и решения для бизнеса: энергия регионов. Сборник материалов II Международного внешнеэкономического научно-практического форума. Москва, 2021. – С. 307-310.
47. Мухаметгалиева М.Н. Источники правового регулирования защиты прав потребителей на территории Российской Федерации // Вестник науки. – 2020. – Т. 4. – № 3 (24). – С. 17-20.
48. Мухина А.Ю. Некоторые актуальные проблемы защиты прав потребителей // Россия и мир: развитие цивилизаций. Преобразования цивилизационных ценностей в современном мире. Материалы XI международной научно-практической конференции: В 2-х ч. Москва, 2021. – С. 467-470.
49. Овчинникова Е.А., Головина Д.В. Право потребителя. Закон «О защите прав потребителей» // Современные научные исследования и разработки. – 2017. – № 8 (16). – С. 398-402.
50. Саркисян А.А., Гусев Д.А. Политика возвратов у компаний, работающих в области электронной коммерции // Логистика сегодня. – 2021. – № 4. – С. 250-256.
51. Серов В.Н., Тараканов А.В. Современные проблемы правового регулирования дистанционной продажи товаров и пути их решения // Право и государство: теория и практика. – 2021. – № 10 (202). – С. 80-82.
52. Скворцова Т.А., Павлов С.С. Система нормативно-правового регулирования отношений в сфере защиты прав потребителей // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2020. – № 4-8 (60). – С. 119-121.
53. Соколова А.В. Правила продажи товаров дистанционным способом // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 45. – С. 1475-1478.
54. Сорокина Е.А. Дистанционная купля-продажа товаров: актуальные проблемы практики // Студенческий форум. – 2022. – № 5-2 (184). – С. 58-59.

55. Талапина Э.В. Право и цифровизация: новые вызовы и перспективы // Журнал российского права. – 2018. – № 2 (254). – С. 5–17.

56. Филин Д.М. Особенности правового регулирования торговли посредством сети Интернет // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – Т. 1. – № 44. – С. 409-413.

57. Хазиева Р.Р. Предмет договора дистанционной купли-продажи // Аллея науки. – 2019. – Т. 4. – № 16. – С. 137-140.

58. Шульга А.К. Источники правового регулирования защиты прав потребителей в Российской Федерации: общая характеристика // Общество и право. – 2018. – №2 (64). – С. 148-154.

59. Эмеров А.А., Уткина Ю.С. Актуальные вопросы защиты прав потребителей (опыт защиты прав в условиях пандемии, интернет-торговли) // Молодежный научный форум. сборник статей по материалам СХХIV студенческой международной научно-практической конференции. Москва, 2021. – С. 45-48.

Источники на электронных носителях

60. Аналитический отчет по результатам исследования e-commerce 2021 [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://static-epromo.s3.eu-west-3.amazonaws.com/E-Promo_E-commerce_2021_research.pdf. (дата обращения: 29.03.2022)

61. Апелляционное определение Санкт-Петербургского городского суда от 22.02.2018 № 33-4031/2018 по делу № 2-7477/2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

62. Апелляционное определение СК по гражданским делам Пермского краевого суда от 10.02.2020 по делу № 33-1054/2020 // СПС Гарант.

63. Апелляционное определение СК по гражданским делам Смоленского областного суда от 10.12.2019 по делу № 33-4104/2019 // СПС Гарант.

64. Апелляционное определение СК по гражданским делам Тульского областного суда от 07.02.2019. по делу № 33-161/2019 // СПС Гарант.

65. Архипов В.В., Килинкарлова Е.В., Мелашенко Н.В. Проблемы правового регулирования оборота товаров в сети Интернет: от дистанционной торговли до виртуальной собственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

66. Вячеслав Лебедев сделал подробный доклад о судебной защите прав потребителей // Верховный Суд РФ: официальный сайт. – URL: https://www.vsrfr.ru/press_center/mass_media/29236/ (дата обращения 25.09.2021).

67. Минфин и «Почта России» раскрыли детали проекта по продаже вина онлайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/01/12/2021/61a714839a79474828fdf41f> (дата обращения: 11.04.2022).

68. Минфин России предлагает лицензировать деятельность по осуществлению розничной продажи алкогольной продукции через Интернет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/50969.html/> (дата обращения: 15.04.2022)

69. Памятка Роспотребнадзора // Роспотребнадзор: официальный сайт. – Режим доступа: <http://zpp.rospotrebnadzor.ru/handbook/turist/memos/207045> (дата обращения 25.04.2022).

70. Резолюция 70/186 «Защита интересов потребителей» (Генеральная Ассамблея ООН, 22 декабря 2015 г.) // Роспотребнадзор: официальный сайт. – Режим доступа: <https://zpp.rospotrebnadzor.ru/npa/global/62815> (дата обращения 26.09.2021).

71. Условия продажи Товаров для физических лиц в OZON.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://docs.ozon.ru/> (дата обращения: 16.03.2022)

72. Чернова О.А., Буряк Е.Ю. Комментарий к Закону РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (постатейный) // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: URL: <http://www.consultant.ru>.

73. Апелляционное определение Кемеровского областного суда от 24.04.2018 по делу № 33-3542/2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

74. Апелляционное определение Челябинского областного суда от 27.06.2017 по делу № 11-7360/2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

75. Апелляционное определение Саратовского областного суда от 09.10.2019 по делу № 33-7532/2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

76. Определение Конституционного Суда Российской Федерации от 19.11.2015 № 2724-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Романова Романа Андреевича на нарушение его конституционных прав пунктом 4 статьи 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей»» // СПС Гарант.

77. Апелляционное определение Красноярского краевого суда от 09.04.2018 по делу № 33-4301/2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

78. Информация Роспотребнадзора от 11.05.2020 «Об особенностях онлайн торговли и трансграничных покупок в период пандемии коронавируса» // Роспотребнадзор: официальный сайт. – URL: https://www.rospotrebnadzor.ru/about/info/news/news_details.php?ELEMENT_ID=14339 (дата обращения 25.09.2021)

79. Апелляционное определение Московского городского суда от 04.06.2015 по делу № 33-16894/15 // СПС Гарант.

80. Апелляционное определение Московского городского суда от 18.07.2017 по делу № 33-24162/2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).

81. Апелляционное определение Московского городского суда от 20.07.2018 по делу № 33-31790/2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.03.2022).