

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет юридический
Кафедра гражданского права
Направление подготовки 40.03.01 – Юриспруденция

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И. о. зав. кафедрой

Т. А. Зайцева
« 14 » VI 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Особенности правового регулирования договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом в Российской Федерации

Исполнитель

студент группы 021-об1

С. С. Толкаев 14.06.2024
(подпись, дата)

С. С. Толкаев

Руководитель

доцент, канд. юрид. наук

Т. А. Зайцева 14.06.2024
(подпись, дата)

Т. А. Зайцева

Нормоконтроль

Н. С. Архипова 14.06.2024
(подпись, дата)

Н. С. Архипова

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет юридический
Кафедра гражданского права

УТВЕРЖДАЮ

И. о. зав. кафедрой

Т. А. Зайцева

«__» _____ 2023 г.

ЗАДАНИЕ

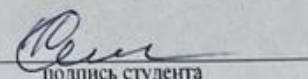
К выпускной квалификационной работе студента 021 об 1 Толкаева Семена Сергеевича

Тема выпускной квалификационной работы: «Особенности правового регулирования договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом в Российской Федерации» (утверждена приказом от 03.04.2024 №890-уч).

1. Срок сдачи студентом законченной работы: «10» июня 2024 года.
2. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: Конституция РФ, Гражданский кодекс РФ, Гражданский процессуальный кодекс РФ, Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», Закон «О защите прав потребителей».
3. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): 1 Теоретические аспекты договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом в Российской Федерации 2 Особенности сторон и договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом 3 Проблемы нормативного регулирования договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом, совершенствование законодательства в этой области.
4. Перечень материалов (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.): нет.
5. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов): нет.
6. Дата выдачи задания: 20 октября 2023 года.

Руководитель бакалаврской работы: доцент, канд. юрид. наук Зайцева Татьяна Анатольевна.

Задание принял к исполнению (дата): 20 октября 2023 года


подпись студента

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 51 страницу, 53 источника.

ДИСТАНЦИОННАЯ КУПЛЯ-ПРОДАЖА, ИСТОРИЯ ОБРАЗОВАНИЯ, ОСОБЕННОСТИ, СОДЕРЖАНИЕ, ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Целью исследования является комплексный анализ договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом, выявление проблем правового регулирования и формулирование предложений по их устранению.

Задачи:

- проанализировать историю развития дистанционной торговли;
- дать определение понятию «договор купли-продажи, заключенный дистанционным способом»;
- выявить особенности договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом и в сети «Интернет»;
- определить правовой статус сторон договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом;
- выявить проблемы правового регулирования дистанционной купли-продажи;
- рассмотреть перспективы развития законодательства в области дистанционной коммерции;
- дать рекомендации по совершенствованию законодательства в этой области.

Объектом исследования выступают общественные отношения в сфере дистанционной купли-продажи.

Предметом исследования выступает нормативно-правовая база, регулирующая отношения в сфере удаленной торговли.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом в Российской Федерации	7
1.1 История образования и развития дистанционной торговли	7
1.2 Понятие и признаки договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом	11
1.3 Особенности договора купли-продажи, заключенного в сети «Интернет»	15
2 Особенности сторон и договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом	20
2.1 Форма и содержание договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом	20
2.2 Стороны договора купли-продажи в сети «Интернет», их права и обязанности	23
3 Проблемы нормативного регулирования договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом, совершенствование законодательства в этой области	30
3.1 Проблемы правового регулирования договора купли-продажи, заключенного в сети «Интернет»	30
3.2 Заключение, изменение и расторжение договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом	33
3.3 Перспективы развития законодательства Российской Федерации в сфере продажи товаров посредством сети «Интернет»	36
Заключение	41
Библиографический список	46

ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ

ГК — Гражданский кодекс;

ИП—Индивидуальный предприниматель;

НПА— Нормативно-правовой акт;

ООО—Общество с ограниченной ответственностью;

РФ — Российская Федерация;

США—Соединенные Штаты Америки;

ФЗ—Федеральный закон.

ВВЕДЕНИЕ

Стремительное развитие информационных технологий привело ко множеству изменений во всех сферах жизнедеятельности человека, цифровая сфера, инфраструктура, средства коммуникации и технические устройства также идут в ногу со временем.

Новые технологии активно внедряются в рыночные отношения, в современном мире человек без особых затруднений может приобрести товар по телефону, а в сети «Интернет» практически ежегодно появляется покупки.

Дистанционный способ продаж удобен как для покупателя, потому что отсутствует необходимость добираться до нужного магазина, товар быстро покупается и доставляется в удобное место, так и для продавца, которому не нужно арендовать целый магазин для реализации своего товара, помимо этого, такой способ продаж упрощает жизнь людям, проживающим в удаленных районах России и маломобильным гражданам.

Малый, средний и крупный бизнес стремительно заполняет нишу дистанционной торговли, новые технологии влияют на все этапы производства, от закупки ресурсов до реализации товара и динамики продаж, в целом способствуют экономическому росту и стимулируют внутреннее развитие компании.

Масштабное и быстрое распространение дистанционной торговли порождает противоречия и неточности в законе. Это обуславливает актуальность исследования.

Целью исследования является комплексный анализ договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом, выявление проблем правового регулирования и формулирование предложений по их устранению.

Объектом исследования выступают общественные отношения в сфере дистанционной купли-продажи.

Предметом исследования выступает нормативно-правовая база, регулирующая отношения в сфере удаленной торговли.

Задачи:

- проанализировать историю развития дистанционной торговли;
- дать определение понятию «договор купли-продажи, заключенный дистанционным способом»;
- выявить особенности договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом и в сети «Интернет»;
- определить правовой статус сторон договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом;
- выявить проблемы правового регулирования дистанционной купли-продажи;
- рассмотреть перспективы развития законодательства в области дистанционной коммерции;
- дать рекомендации по совершенствованию законодательства в этой области.

Нормативную основу исследования составили: Конституция РФ, Гражданский кодекс РФ, Гражданский процессуальный кодекс РФ, Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», Закон «О защите прав потребителей».

Теоретическую основу исследования составили труды: И. В. Фролова, Е. Г. Шабловой, И. В. Салтыковой, Е. В. Протас, Е. В. Печуриной, А. А. Осипова, Л. Г. Ефимовой, А. В. Дудченко и других.

Методологическую основу исследования составили:

- общенаучные методы, среди которых анализ, синтез, аналогия;
- специальные, среди которых сравнительно-правовой, формально-юридический, системно-структурный методы.

Практическая значимость исследования заключается том, что в его результате были сформулированы выводы, имеющие общетеоретическое значение для развития доктринальных положений, а также сформулированы предложения по изменению действующего законодательства, регулирующего дистанционную торговлю, которые могут найти применение на практике.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДОГОВОРА КУПЛИ-ПРОДАЖИ, ЗАКЛЮЧЕННОГО ДИСТАНЦИОННЫМ СПОСОБОМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

1.1 История образования и развития дистанционной торговли

В современном мире дистанционная торговля является относительно новым явлением в купле-продаже, однако, в полной мере это относится только к коммерции, идущей в ногу с информационным и техническим развитием общества, а именно к той, которая умело использует весь прогресс.

Торговля через телемагазины, радиоэфир, сеть «Интернет» — именно эти разновидности дистанционной коммерции по праву можно считать относительно новым явлением в купле-продаже, а самые первые проявления удаленной торговли можно встретить в далекие времена.

Например, общеизвестным является факт, что в некоторых древних государствах одним из самых популярных способов заключения договора являлся простой обмен письмами. Дистанционная торговля как массовое явление обрело популярность в развитых странах к концу XIX века, в виде продажи товаров по почте¹. Новый этап развития дистанционной торговли пришелся на середину XX века, к примеру, в США в массовый оборот вошла купля-продажа через каталоги, телефоны, первые телевизоры, радио, объявления, такая покупка гарантировала доставку нужного товара к дому и лишала необходимости посещать магазин, в котором попросту может не быть нужного изделия.

А стало возможно это по причине создания кредитных карт оплаты, которые очень сильно упрощали процесс покупки и позволяли в полной мере пользоваться новыми способами удаленной торговли.

Массовая удаленная торговля стала возможна только в процессе технического и информационного развития общества, без создания телефона, радио, первых общедоступных сетей новые способы купли-продажи попросту

¹Котляров И. Д. Эволюция форм торговли: от традиционной к электронной // Экономический журнал. 2014. № 1. С. 149.

не существовали.

В середине того же века случился большой прорыв в сфере удаленных продаж — крупная авиакомпания в США запустила систему, которая позволяла автоматически бронировать билет на рейс.

Создание сети «Интернет» в середине прошлого века сильно ускорило развитие дистанционной торговли, через 10 лет после появления первой версии всемирной сети в Соединенных Штатах уже функционировали автоматизированные биржи, системы обмена данными и первый прообраз электронных денежных переводов, это привело к созданию цифровой подписи, которая имела силу обычной росписи².

Со стремительным развитием сети «Интернет» большая часть работы компаний автоматизировалась, интегрировалась и в современных реалиях понятия «электронные деньги либо коммерция» стали обыденным явлением, которое сильно упрощает функционирование фирмы.

Удаленная торговля в России развивалась медленнее, чем в США, однако, в начале XIX века было в крупных городах было популярно получать нужные товары по почте, а сам продукт можно было выбрать в специальном каталоге, который был единственным способом ознакомления с товаром.

Развитие удаленной торговли как раз пришлось на почтовую куплю-продажу, многие организации стали доставлять товары не в почтовое отделение, а напрямую к дому.

Ак концу прошлого века произошло стремительное развитие банковской сферы, появились первые онлайн-банки.

Также, крупная биржа стала полностью автоматизировала процесс купли-продажи ценных бумаг.

В начале XXI века в Российской Федерации учредили Национальную Ассоциацию дистанционной торговли, организация создавалась с целью распространения удаленной торговли в различные компании, контроля и помо-

²Котляров И. Д. Эволюция форм торговли: от традиционной к электронной // Экономический журнал. 2014. № 1. С. 150.

щи в дистанционной купле-продаже.

До появления первых онлайн-площадок торговли оставалось популярным приобретать товары через каталоги и телемагазин, с появлением маркетплейсов все кардинально изменилось.

Маркетплейс — это онлайн-платформа для купли-продажи. Продавец на таких площадках выставляет свой товар через посредника (сам маркетплейс), а покупатель выбирает нужное и приобретает³.

В мире первые маркетплейсы появились в середине 90-х годов, на сегодняшний день они являются крупнейшими онлайн-магазинами в США и Европе, а в России первый онлайн-магазин появился в 1998 году — Ozon⁴.

Деятельность одного из крупнейших российских маркетплейсов началась с онлайн магазина по продаже книг и видеокассет, сегодня этот онлайн-магазин предлагает огромный перечень товаров из разных стран по низким ценам с быстрой доставкой, что и дает ему такую популярность.

Самая крупная на сегодняшний день онлайн-площадка для удаленной торговли — Wildberries появилась в 2004 году⁵.

Два крупнейших маркетплейса открыли сеть своих пунктов выдачи по всей России, а также, вышли на рынок соседних стран— Белоруссия, Киргизия, Армения. Продавцы на этих площадках могут быть как юридические лица, так и физические, в том числе граждане, оформившие самозанятость.

В современном мире онлайн-платформы для купли-продажи пользуются огромным спросом как у покупателей, так и у продавцов, чтобы приобрести нужный товар необходимо всего лишь зайти в специальное приложение и выбрать нужное.

Такой способ купли-продажи удобен из-за ряда причин:

- большая экономия времени;
- экономия средств на передвижение до магазина;

³Козинец Н. В. Правовое регулирование деятельности маркетплейсов: актуальные проблемы / Н. В. Казинцев // Закон и власть. 2023. № 1. С. 29.

⁴Котляров И. Д. Эволюция форм торговли: от традиционной к электронной // Экономический журнал. 2014. № 1. С. 152.

⁵Там же. С. 153.

- большой ассортимент товаров;
- низкие цены;
- покупка осуществляется мгновенно, «в пару кликов»;
- быстрая доставка в удобное место.

Со стремительным развитием дистанционной торговли было необходимо своевременно регулировать эту область.

Первым нормативно-правовым актом, регулирующим дистанционную куплю-продажу, стало Постановление Правительства РФ «Об утверждении правил продажи товаров дистанционным способом»⁶, которое было принято в августе 2009 года, на сегодняшний день НПА утратил силу.

Сегодня дистанционная купля-продажа регулируется 497 статьей Гражданского кодекса РФ⁷ и статьей 26.1 Закона «О защите прав потребителей»⁸, а также новыми Правилами продажи товаров дистанционным способом от 2020 года⁹. Следующий крупный этап развития дистанционной торговли пришелся на время пандемии Covid-19, строгий карантин заставил разный бизнес перейти в онлайн-формат, сфокусировать внимание на доставке, а маркетплейсы были единственным способом удовлетворить потребности людей.

Компании оказались в таком положении, что необходимо было перевести весь рабочий процесс на удаленный формат, в том числе продажу товаров. Те, кто смогли адаптироваться к реалиям пандемии, сегодня являются серьезными «игроками» рынка.

После окончания пандемии, онлайн купля-продажа стала только наби-

⁶ Постановление Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612 (утратил силу) «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» // Собрание законодательства Российской Федерации. 2007. № 41. Ст. 4894.

⁷ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 5. Ст. 410.

⁸ Закон Российской Федерации от 07. 02. 1992 № 2300-1 (ред. от 04.08.2023) «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 3. Ст. 140.

⁹ 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 Российской Федерации. 2020. № 3. Ст. 593.

рать обороты, люди привыкли к удобствам такого способа покупки товаров и не хотели с ним расставаться.

За последние 100 лет дистанционная торговля стремительно совершенствовалась, приобретая новые разновидности, от покупки товаров через буклеты и почту до онлайн-купли-продажи.

Это стало возможно только благодаря технической и цифровому прогрессу, глобальная сеть «Интернет» с каждым годом набирает обороты и открывает совершенно новые возможности для бизнеса, именно это дало импульс к стремительной эволюции удаленной торговли.

Интернет довольно прочно закрепился в повседневной жизни любого человека и стал неотъемлемой частью деятельности бизнеса, от малого до крупного, а с каждым годом растет число способов купли-продажи. Это говорит о том, что Интернет-торговля является самым динамичным и эффективным средством реализации товара.

Таким образом, дистанционная торговля, а в частности, коммерция в сети «Интернет» на сегодняшний день является самой быстро развивающейся и перспективной нишей купли-продажи, которая точно будет совершенствоваться и видоизменяться с течением времени.

Развитие «Интернета» не могло пройти незаметно для всей коммерции, постепенно отодвигая классические способы торговли на второй план, кратко увеличивая число покупателей и продавцов в глобальной сети.

1.2 Понятие и признаки договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом

Конкретного определения такого договора в законе не прописано, но описание дистанционной торговли можно найти в 497 статье ГК РФ¹⁰ и в 26.1 статье Закона «О защите прав потребителей»¹¹, оба описания схожи между собой, их следует рассмотреть подробнее. Дистанционная торговля — это

¹⁰Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 5. Ст. 410.

¹¹Закон Российской Федерации от 07. 02. 1992 № 2300-1 (ред. от 04.08.2023) «О защите прав потребителей»// Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 3. Ст. 140.

продажа товаров по договору розничной купли-продажи, который заключается на основании факта ознакомления покупателя с информацией, содержащей описание и изображение товара, представленной в каталогах, буклетах, «Интернет»-ресурсах, приложениях, в теле и радиоэфирах и иных вариантах, исключающих прямой контакт покупателя с товаром.

Исходя из законодательного описания, основным признаком указанной торговли является: отсутствие прямого контакта покупателя с товаром при покупке.

Из этого следует, что любые покупки по такому признаку будут являться дистанционной торговлей.

Признаки дистанционной коммерции:

- торговля происходит без прямого контакта покупателя продавцом;
- наличие публичной оферты;
- покупатель не имеет возможности физически ознакомиться с товаром до его получения;
- доставка товара.

Покупатель может ознакомиться с нужным товаром через просмотр телемагазина, в сети «Интернет», в специальных приложениях-магазинах, информация о товаре может поступить на почту, либо же содержаться в бумажном варианте.

Важно уточнить, что если покупатель приобрёл товар удалённым способом, предварительно ознакомившись с ним в офлайн-магазине, то такая покупка не будет являться удалённой, поскольку не соблюдается главный признак дистанционной купли-продажи.

Виды дистанционной торговли¹²:

- продажа товаров по почте;
- продажа товаров через телемагазин;
- продажа товаров через бумажные буклеты и каталоги;

¹²Куйдина Т. А. Договор розничной купли-продажи дистанционным способом: актуальные проблемы правового регулирования // Вопросы российской юстиции. 2022. № 17. С. 334.

— продажа товаров через сеть «Интернет» (сюда также включается торговля в приложениях-магазинах и маркетплейсах).

На данный момент это все существующие виды дистанционной торговли, однако эта область является быстроразвивающейся, и новые разновидности коммерции не заставят себя долго ждать.

В современном мире больше всего динамики в развитии показывает электронная коммерция, что является логичным, поскольку сеть «Интернет» не стоит на месте и постоянно предлагает что-то новое своим пользователям.

Электронная коммерция включает в себя торговлю через интернет-магазины и маркетплейсы, продажа через интернет-магазины регулируется нормами ГК РФ о розничной купле-продаже и требованиями Закона «О защите прав потребителей», а также, Правилами продажи товаров дистанционным способом, они включают¹³:

- ограничения по продаже конкретных товаров;
- требования к заключению договора;
- требования к оплате товаров;
- требования к доставке и возврату товаров;

Самое понятие «интернет-магазин» содержится в п. 55 ГОСТ Р 51303-2023 «Национальный стандарт РФ. Торговля. Термины и определения» и звучит так:

Интернет-магазин — это часть организации, которая предоставляет покупателю информацию о товаре, о способах покупки, доставки, размещая ее в сети «Интернет»¹⁴.

Онлайн-магазины располагаются на специальных сайтах либо приложениях, в которых можно посмотреть изображение и описание самого това-

¹³Постановление 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 Российской Федерации. 2020. № 3. Ст. 593.

¹⁴ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения. от 28.08.2013 № 582-ст (ред. от 30.09.2022) // [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200108793>. (дата обращения: 25.05.2024).

ра, обязательно указывается цена и информация о доставке, покупатель там же оформляет заказ и ожидает свой товар.

Поскольку на онлайн-рынке большая конкуренция, такой способ покупки имеет преимущества:

- разнообразие ассортимента;
- низкие цены;
- осуществление покупки в удобное время;
- быстрая доставка;
- наличие нескольких способов оплаты.

Телемагазины работают на каналах вещания, занимая определённое время в эфире, покупатель приобретает нужный товар увидев его характеристики по телевизору с помощью телефонного звонка.

Данный вид дистанционной коммерции не так популярен, как торговля через сеть «Интернет», это относится и к другим видам удаленной купли-продажи.

Продажа товаров через бумажные носители информации осуществляется через их непосредственное распространение потенциальным покупателям.

В таких носителях указана сжатая информация о товаре, заказ происходит через звонок либо онлайн.

Второй по популярности после торговли в «Интернете» является почтовая коммерция, она имеет неоспоримые плюсы для людей, проживающих в удаленных частях России, поскольку почтовые отделения есть во всех регионах государства.

Подводя итог, следует отметить отличительные черты дистанционной торговли:

- уникальная форма (все взаимодействие происходит без прямого контакта продавца и покупателя);
- все стадии покупки и ее обработки происходят в автоматическом режиме;

- удобство торговли;
- более сложная структура правоотношений.

Поскольку законодательное определение «электронного договора» либо «договора, заключенного дистанционным способом» отсутствует, из описания дистанционной торговли можно выделить главный признак такого договора: дистанционный способ заключения, только этот признак отличает обычный договор купли-продажи, от заключенного дистанционным способом.

Таким образом, дистанционная торговля — это уникальная разновидность коммерческих отношений, имеющая свои преимущества над другими видами торговли, которая в современных реалиях является самой динамично развивающейся областью купли-продажи.

1.3 Особенности договора купли-продажи, заключенного в сети «Интернет»

Понятие договора купли-продажи, заключенного в сети «Интернет» (или электронного договора) отсутствует в законодательстве, но его можно найти в научной литературе.

В научной среде электронный договор трактуется как: соглашение между лицами, сформированное в сети «Интернет», которое содержит взаимные права и обязанности¹⁵.

Способы заключения электронного договора:

Первый способ — согласно ст. 434 ГК РФ¹⁶, договор может быть заключен при составлении документа и подписании его обеими сторонами путем обмена по почте.

Второй способ подразумевает отправку электронной оферты одним лицом и выполнение указанных действий по заключению договора другим контрагентом.

¹⁵Щавинская Я. В. Особенности договора купли-продажи, заключенного в сети «Интернет» // Современные научные исследования и инновации. 2021. № 5. С. 6.

¹⁶ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 5. Ст. 410

Четкие законодательные рамки для письменной формы электронного договора отсутствуют, исходя из норм, касающихся договора розничной купли-продажи, можно сделать вывод, что он должен содержать:

- оформленный под документ вид;
- волеизъявления обеих сторон;
- информацию о товаре, оплате, условиях доставки, гарантии и сроках;
- электронную подпись с обеих сторон.

Такой договор на практике окажется совершенно не применимым, особенно касательно мелких покупок, сильно замедляя процесс их приобретения.

В современном мире огромной популярной пользуется способ заключения договора «по клику».

«Click-wrap» — это способ заключения договора либо соглашения путем нажатия на окно «я согласен», «принимаю условия» в сети «Интернет».

Данная оферта содержит все условия, с которыми человек может ознакомиться и принять либо отказаться¹⁷.

Для признания юридической силы такого договора, необходимо, чтобы он содержал:

- абсолютно все условия, с которыми без труда можно ознакомиться;
- лицу должен быть предоставлен выбор: отказаться или согласиться с условиями договора;
- принятие такого договора возможно только с нажатия соответствующего окошка в сети «Интернет».

Если все условия соблюдены, то договор регулируется нормами ГК РФ, а именно статьями 434 и 437. Такой способ заключения договора имеет много неоспоримых плюсов, в эпоху электронной коммерции являясь самым практичным и удобным вариантом принятия соглашения, но из-за отсутствия

¹⁷Щавинская Я. В. Особенности договора купли-продажи, заключенного в сети «Интернет» // Современные научные исследования и инновации. 2021. № 5. С. 7.

конкретного законодательного регулирования им активно пользуются недоброжелательные бизнесмены, вписывая в большой по содержанию договор дополнительные скрытые условия, которые не нужны пользователю.

В научной среде приветствуется мнение, что электронный договор имеет особый правовой фундамент, который исходит из сферы его применения — сети «Интернет», где все правовые механизмы имеют специфическую структуру реализации. Некоторыми учеными выдвигалась идея внедрения в законодательство понятия «сетевой договор», который трактуется как соглашение между группой лиц, содержащее взаимные права и обязанности, которые основывается на приоритете пользователей сети «Интернет».

Научная литература имеет множество разносторонних мнений по поводу вида и содержания правоотношений в сети «Интернет», проведя ее анализ, можно выделить основные особенности электронного договора:

- электронная форма;
- уникальная среда заключения;
- особые правовые отношения;
- специфичный способ заключения.

Некоторые ученые включают в особенности электронных договоров принцип презумпции невиновности, поскольку в сети «Интернет» множество анонимных и осознанно скрывающих свою личность людей и «условность» некоторых договоров¹⁸.

Включение этих пунктов в общие особенности выглядит нерациональным решением, презумпция невиновности относится к области уголовного права, а к содержанию договора не имеет никакого отношения, условность некоторых электронных контрактов не носит массовый характер и решается более внимательным изучением условий конкретного соглашения.

Среди особенностей электронного договора в научной среде на первое место выдвигают способ его заключения, что включает виртуальный обмен

¹⁸Щавинская Я. В. Особенности договора купли-продажи, заключенного в сети «Интернет» // Современные научные исследования и инновации. 2021. № 5. С. 7.

информации, которая в последствии получит юридическую силу.

Другие особенности договора, заключенного в сети «Интернет», вытекают из того, что он регулируется по нормам договора купли-продажи.

Для договора купли-продажи единственным существенным условием является предмет (товар) и его количество, а при покупке через онлайн-магазины покупатель может получить не совсем то, что ожидал и это не всегда будет являться нарушением законодательства. Например, если человек по своей невнимательности плохо изучил иллюстрации и описание товара, а ориентировался только на название.

Также, в сети «Интернет» реализуется товар, который разрешен для продажи в виртуальном пространстве.

В качестве предмета договора купли-продажи могут выступать различные товары для любой области повседневной жизни, а покупки через сеть «Интернет» имеют свои ограничения.

Так предметом электронного договора не может стать алкогольная продукция, табачные изделия, определенные металлы, драгоценные камни, оружие и боеприпасы к нему, а также товары, которые запрещены к свободной реализации¹⁹.

В научной среде существует мнение на счет обязательных условий электронного договора, которое предлагает включить в них не только предмет с количеством, но и цену, что трактуется как особенность электронного договора.

Основывается эта мысль на том, что покупатель при покупке товара через «Интернет» не имеет возможности увидеть предмет в офлайн-формате до его заказа.

По мнению ученых, цена на товар не должна меняться после его бронирования или оформления, чтобы не вызвать неблагоприятные последствия для покупателя. Мнение выглядит спорным, поскольку большинство интер-

¹⁹Щавинская Я. В. Особенности договора купли-продажи, заключенного в сети «Интернет» // Современные научные исследования и инновации. 2021. № 5. С. 8.

нет-магазинов, особенно крупных, не «играют» с ценой, а совершенный заказ не может подняться в стоимости, плюсом к этому, такая деятельность может посчитаться незаконной.

Таким образом, отсутствие полного законодательного регулирования электронных договоров обуславливается динамикой развития этой сферы, слишком стремительный рост затрудняет своевременный подход к правотворчеству.

Научная среда не едина в своих суждениях, можно встретить множество разных подходов к определению, содержанию, особенностям электронных договоров, некоторые из которых совершенно не применимы к современным реалиям.

Действующее законодательство, а именно ГК РФ, нуждается в определении договорных отношений в сети «Интернет» с учетом специфики самой глобальной сети.

2 ОСОБЕННОСТИ СТОРОН И ДОГОВОРА КУПЛИ-ПРОДАЖИ, ЗАКЛЮЧЕННОГО ДИСТАНЦИОННЫМ СПОСОБОМ

2.1 Форма и содержание договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом

Содержание договора – это совокупность всех его условий.

В Гражданском кодексе РФ отсутствует конкретика по поводу формы договора, заключенного дистанционным способом, исходя из норм статьи 493 ГК РФ²⁰: такой договор может заключаться как в устной, так и в письменной форме, посредством принятия покупателем соответствующего соглашения, также, покупателю после оплаты выдается документ, который ее подтверждает.

Помимо этого, пересылка документов по почте, обмена телеграммами, сообщениями и т.д. также будет считаться письменным форматом заключения договора.

На практике магазины в сети «Интернет» используют «Click-wrap» договоры из-за их удобства и практичности, поскольку составление типового бланка, который заключается нажатием одной клавиши сильно упрощает процесс функционирования интернет-магазинов и маркетплейсов.

При этом существует обязательное требование к продавцу: он должен указать адрес и наименование магазина, а также, необходимо указывать все характеристики товара и его цену в специальной форме.

А покупатель, в свою очередь, указывает свои личные данные и адрес доставки, что позволяет в дальнейшем нажатием клавиши «оформить заказ» принять договорные обязательства.

Этот способ заключения договора на сегодняшний день является самым популярным и массовым, а исполнение обязательств по нему происходит в момент получения заказа покупателем (ст. 499 ГК РФ)²¹.

²⁰ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 5. Ст. 410.

²¹ Там же.

Такая дистанционная торговля частично заключается в электронной форме, поскольку только его заключение происходит в виртуальном пространстве.

Помимо рассмотренного случая, к частичноэлектронной торговле также будет относиться любое ее офлайн проявление (доставка, оплата наложенным платежом).

А недействительной такая сделка признается в общем, установленном законом порядке, хоть она и имеет нестандартную форму.

Поскольку законом не установлено определенных требований к форме электронного договора, она регулируется по правилам обычного договора, что можно трактовать, как осознанное приравнивание.

На эту мысль также наталкивает то, что законодательно допускается использовать электронную цифровую подпись при заключении обычного договора.

Условия договора различаются по значению и степени влияния на его заключение, в связи с этим, их принято разделять на группы²²:

- существенные;
- обычные;
- случайные.

К первой группе условий относятся те, без которых не возникнет договор, они варьируются от разных видов договора, законодательных указаний и соглашения сторон.

Таким образом, к типовым существенным условиям договора относятся:

- предмет договора;
- конкретные законодательные предписания для определенного вида договора;
- условия, поступившие от одной стороны договора, которые влияют

²² Куйдина Т. А. Договор розничной купли-продажи дистанционным способом: актуальные проблемы правового регулирования // Вопросы российской юстиции. 2022. № 17. С. 334.

на достижение соглашения.

Применимо к договору розничной купли-продажи, по правилам которого происходит регулирование договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом (ст. 26.1 ГК РФ²³), его существенными условиями является предмет.

Условие о самом товаре будет согласовано в случае, если определено его наименование и количество.

Как уже было отмечено, по поводу существенных условий договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом, существует много разносторонних мнений, а конкретно, это касается отнесения к ним цены.

Условие о цене устанавливает обязательство оплатить покупателем назначенную продавцом стоимость товара (ст. 500 ГК РФ²⁴), а согласно статье 426 ГК РФ, цена на товар устанавливается одинаковая для всех, кто захочет его купить.

Срок договора будет считаться существенным условием, только если товар покупается в кредит или любым подобным образом.

При дистанционной торговле допускается использование публичной оферты, которая в обязательном порядке должна содержать все существенные условия договора. Условия по типу срока, качества, ассортимента входят в группу «обычных» условий при рассматриваемом договоре. Они будут определяться по правилам купли-продажи. Обычные условия не будут влиять на заключение договора и могут быть не указаны в нем. Случайные условия формируются сторонами и не должны противоречить нормам Гражданского права. Они не будут считаться существенными условиями до момента, когда обе стороны будут настаивать на их включение в договор.

При дистанционной торговле, чаще всего, отсутствует данная группа условий, поскольку покупка происходит путем заполнения шаблона, который

²³Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 5. Ст. 410.

²⁴ Там же.

такое не подразумевает²⁵.

Если покупатель хочет приобрести товар путем отправки сообщения либо письма, то оно должно содержать²⁶:

- личные данные продавца, наименование магазина и его адрес, а также, обратный адрес, по которому будет осуществлена доставка товара;
- наименование товара и его полная характеристика с количеством и ценой;
- вид услуги (при необходимости);
- обязательства покупателя.

Подводя итог, необходимо указать требования к предмету (товару):

- товар в разумном количестве или с услугой;
- продажа свободной в обороте продукции;
- приобретается с условием личного потребления.

Таким образом, форма договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом может быть как устная, так и письменная, этот вывод делается из-за отсутствия прямого законодательного уточнения (электронная форма договора, заключенного посредством сети «Интернет», законом приравнена к письменной форме договора).

К существенным условиям договора, заключённого дистанционным способом относится предмет, по поводу отнесения к ним и цены существует множество разносторонних мнений, которые не вносят конкретики в данный вопрос.

Этот вопрос явно нуждается в законодательном регулировании, чтобы внести конкретику и закончить споры.

2.2 Стороны договора купли-продажи в сети «Интернет», их права и обязанности

Исходя из законодательных положений, договор купли-продажи, заключенный дистанционным способом, регулируется по нормам ГК РФ о роз-

²⁵ Куйдина Т. А. Договор розничной купли-продажи дистанционным способом: актуальные проблемы правового регулирования // Вопросы российской юстиции. 2022. № 17. С. 337.

²⁶ Там же. С. 334.

ничной купле-продаже.

Сторонами, в таком случае, будут являться продавец и покупатель.

В качестве продавца может выступать юридическое (ООО) или физическое (ИП, оформившие самозанятость граждане) лицо.

В субъектный состав договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом, также входит особый субъект— посредник между продавцом и покупателем. В качестве посредника выступает интернет-магазин, на котором покупатель выставляет свой товар, его правовой статус полностью не урегулирован законодательством.

На сегодняшний день, самым популярным способом торговли в сети «Интернет» является купля-продажа на маркетплейсах, который и выступает посредником между продавцом и покупателем.

Между продавцом и посредником заключается договор, который позволяет одной стороне реализовывать товар, а другой выставлять его на соответствующем маркетплейсе, на данный момент, существует 3 разновидности таких договоров²⁷:

- агентский договор;
- договор возмездного оказания услуг;
- смешанный договор.

1) Агентский договор — соглашение между продавцом и посредником, которое подразумевает реализацию товаров в интересах продавца, действуя его либо по своей воле (ст. 1005 ГК РФ²⁸).

2) Договор возмездного оказания услуг — соглашение между продавцом и посредником, подразумевающее помощь со стороны последнего по продвижению товаров и возможность их реализации (ст. 779 ГК РФ²⁹).

3) Смешанный договор — соглашение, которое совмещает агентский и договор возмездного оказания услуг на личных условиях продавца и посред-

²⁷Козинец Н. В. Правовое регулирование деятельности маркетплейсов: актуальные проблемы / Н. В. Козинцев // Закон и власть. 2023. № 1. С. 30.

²⁸ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 5. Ст. 410.

²⁹ Там же.

ника.

Последний вид договора пользуется наибольшей популярностью, крупнейшие маркетплейсы в России используют именно его.

Законодательство не регулирует всех аспектов работы маркетплейсов и их функционирования с продавцами, однако, есть некоторые общие правила³⁰:

- маркетплейс обязан использовать публичную оферту;
- маркетплейс обязан указывать и доводить до сведения покупателей всю информацию о продавце, чей товар реализуется на площадке;
- маркетплейс обязан указывать все существенные условия соглашения и полную характеристику товаров;
- маркетплейс несет ответственность за предоставление недостоверной информации о товаре;
- продавец должен предоставлять достоверную информацию о себе и сообщать в однодневный срок о каких-либо ее изменениях;
- ответственность за товар ненадлежащего качества и его обмена лежит на продавце, кроме случаев, когда маркетплейсом была предоставлена недостоверная информация о товаре;
- маркетплейс обязан отвечать на все поступающие жалобы и претензии.

Путем анализа публичных оферт крупных маркетплейсов, можно прийти к выводу, что:

- покупателем будет считаться пользователь, который оформил заказ;
- пользователь считается потенциальным покупателем, перед которым агрегатор и продавец несут обязанность в предоставлении достоверной информации о товарах;
- продавец — это физическое или юридическое лицо, с представленной информацией о себе;

³⁰Козинец Н. В. Правовое регулирование деятельности маркетплейсов: актуальные проблемы // Закон и власть. 2023. № 1. С. 30.

— в случаях, когда маркетплейс реализует товар собственного производства, он будет выступать и продавцом, и посредником.

Некоторые обязанности посредника будут вытекать напрямую из конкретного договора, например, хранение товаров, транспортировка и передача данных о статусе заказа покупателю — некоторые маркетплейсы не осуществляют хранение товара, другие не предоставляют информацию о статусе заказа, оставляя это на продавца. Таким образом, в субъектный состав при торговле в сети «Интернет» включается посредник, который от имени продавца выполняет определенные договорные обязательства и оказывает иные сопутствующие услуги (реклама, продвижение).

Законодательно такой субъект не предусматривается и именуется как «продавец» при реализации товара, принятие соответствующих норм является необходимой мерой, поскольку это может вызывать много трудностей в судебных разбирательствах. Смешивание двух разных субъектов в один создает трудности в определении их прав и обязанностей, пределов ответственности, особенно когда в договоре указаны широкие рамки и отсутствует конкретика³¹. Покупателем может являться физическое и юридическое лицо, которое покупает товар для использования не в предпринимательской деятельности.

Правовой статус покупателя включает две основные обязанности:

- оплата товара;
- прием товара.

Причем обязанность оплатить товар возникает в случае несовпадения факта заключения и исполнения договора, а оплата может быть осуществлена до получения товара, либо во время получения. Из этого следует, что основной обязанностью покупателя будет прием товара в установленный срок, а обратное возможно только в случае предоставления некачественной про-

³¹Козинец Н. В. Правовое регулирование деятельности маркетплейсов: актуальные проблемы // Закон и власть. 2023. № 1. С. 30.

дукции (ст. 484 ГК РФ³²). Согласно статье 497 ГК РФ³³, покупатель вправе отказаться от исполнения договора, если при этом он покроет все понесенные продавцом убытки.

А статья 26.1³⁴ Закона «О защите прав потребителей» углубляет норму ГК РФ, устанавливая возврат качественного и ненадлежащего качества товара.

До получения товара покупатель имеет право отказаться от него в любое время.

В срок 7 дней после получения товара любого качества покупатель имеет право его вернуть, а если при получении информация о сроках возврата не была предоставлена, то в течении 3 месяцев.

При возврате товара существует условие — он не должен потерять свой вид и свойства, а также, обязательно нужен документ, подтверждающий его покупку, но без его наличия можно ссылаться на другие факты.

Также, законодательно предусмотрено ограничение на возврат товара, который имеет определенные свойства и не подойдет для любого потребителя.

После оформления возврата и составления соответствующего документа, подтверждающего этот факт, продавец обязан вернуть денежные средства, уплаченные покупателем в срок 10 дней.

Возврат может осуществляться: наличным расчетом, переводом, перечислением денег на счет.

- При обнаружении недостатков в товаре, покупатель имеет право:
- потребовать замены товара на соответствующий либо другой;
 - потребовать изменить цену соразмерно недостатку;
 - потребовать устранить недостаток;
 - оформить возврат.

³² Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 5. Ст. 410.

³³ Там же.

³⁴ Закон Российской Федерации от 07. 02. 1992 № 2300-1 (ред. от 04.08.2023) «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 3. Ст. 140.

Отсутствие чека здесь не будет являться причиной для отказа в удовлетворении требований покупателя. Также, покупатель обладает правом требования достоверной информации о продавце, изготовителе и товаре.

Согласно правилам продажи товаров дистанционным способом, продавец обязан:

- ознакомить потребителя с публичной офертой;
- ознакомить потребителя с достоверной и полной информацией о товаре;
- продавцы обязаны указывать полные данные о себе и о фирме, с которыми пользователь может ознакомиться в приложении или на сайте магазина;
- заключить договор розничной купли-продажи с любым лицом, которое изъявило желание приобрести товар;
- обязан предоставить покупателю подтверждение факта заключения договора на условиях оферты в сети «Интернет»;
- передать товар покупателю;
- уведомить покупателя в письменной форме в момент доставки о способах возврата и обмена товара;
- довести до покупателя сведения о том, в какой форме и куда отправляются претензии;
- при возврате товара, продавец обязан оплатить понесенные покупателем расходы;

По общему правилу к правам продавца относятся:

- право требовать уплатить оговоренную цену;
- право требовать оплатить товар в срок, установленный договором;
- право отказаться от исполнения договора, если товар не был оплачен в установленный срок.

Поскольку посредник фактически будет являться продавцом, то часть обязанностей должен выполнить именно он (донесение информации, доставка). Эти вопросы должны регулироваться договором между посредником и

продавцом, чтобы избежать ошибок и недопониманий, а также, оптимизировать весь процесс торговли.

Таким образом, в договоре купли-продажи, заключенным дистанционным способом, участвуют две стороны: продавец и покупатель, между ними существует посредник, чей правовой статус законодательно, в полной мере, не установлен.

Посредник будет считаться продавцом и поэтому он перенимает часть законодательных обязанностей, а также, он имеет свои обязанности, напрямую вытекающие из договора между ним и продавцом, например, хранение товара, реклама, продвижение.

Продавцом может выступать как юридическое, так и физическое лицо.

Покупатель наделен более обширным набором прав, по своей воле он может отказаться от товара на разных этапах торговли, а у продавца, в свою очередь, более объемный список обязанностей.

Это касается как требований к товару, так и к информации, которую необходимо предоставить для ознакомления. Законодательство нуждается в доработке по вопросу правового статуса посредника в рассматриваемом договоре.

3 ПРОБЛЕМЫ НОРМАТИВНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДОГОВОРА КУПЛИ-ПРОДАЖИ, ЗАКЛЮЧЕННОГО ДИСТАНЦИОННЫМ СПОСОБОМ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ЭТОЙ ОБЛАСТИ

3.1 Проблемы правового регулирования договора купли-продажи, заключенного в сети «Интернет»

Развитие информационной среды происходит очень динамично, на своем пути на затрагивает все общественные институты, дополняя и изменяя их.

В классической коммерции уже второй век происходят глобальные изменения, с развитием информационных технологий появляются новые способы торговли, взаимодействия как сотрудников, так и продавцов с покупателями и организации труда.

Все это подталкивает законодательство своевременно реагировать на изменения сферы торговли, принимать нужные законы в самый подходящий момент.

Этот процесс затрудняется скоростью развития электронной коммерции, на данный момент нет законодательства, которое в полной мере регулировало бы рассматриваемую сферу правоотношений.

Общие проблемы электронной коммерции³⁵:

- отсутствие законодательства, в полной мере регулирующего эту сферу;
- отсутствие единой терминологии и определений;
- отсутствие типового договора купли-продажи, заключенного в сети «Интернет»;
- отсутствие в законе правового статуса посредника;
- отсутствие норм, регулирующих деятельность маркетплейсов и интернет-магазинов.

На сегодняшний день, многие из названных проблем регулируются

³⁵ Порунова О. Г. Актуальные проблемы правового регулирования договора дистанционной купли-продажи // Право и практика. 2023. №1. С. 72.

общими нормами, что является неправильным подходом, который может привести к разного рода ошибкам. Целесообразным решением выглядит принять ФЗ «Об электронной торговле», который учитывал бы все перечисленные проблемы.

Отсутствие единой терминологии приводит к тому, что существующие нормы по-разному понимаются и интерпретируются в сфере электронной торговли³⁶.

Указанный ФЗ смог бы устранить все неточности, закрепив единую терминологию, определение договора купли-продажи, заключенного в сети «Интернет», дополнил бы правовой статус всех сторон дистанционной торговли, а главное: обозначил их.

Пока что можно отметить, что такое законодательство находится на начальном этапе своего развития, эволюция электронной коммерции происходит значительно быстрее, хотя активные попытки исправить это уже принимались.

В начале 2000-х годов группы депутатов создала проект ФЗ «Об электронной торговле»³⁷, но он был отклонен после рассмотрения во втором чтении, данный проект уже на то время предусматривал:

- всю необходимую терминологию (электронная торговля, электронный документ, информационная система);
- форму договора, устанавливая то, каким способом можно его отправить, получить и подписать;
- нового субъекта правоотношений и его правовой статус-информационного посредника (провайдер);
- правовой статус участников электронной торговли;
- порядок заключения договора;
- обязательные условия для такого договора, а именно: процедуру его

³⁶Порунова О. Г. Актуальные проблемы правового регулирования договора дистанционной купли-продажи // Право и практика. 2023. №1. С. 72.

³⁷ Законопроект № 11081-3 ФЗ «Об электронной торговле» // [Электронный ресурс]. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/11081-3>. (дата обращения: 25.05.2024).

заключения с использованием аналогов подписи, порядок внесения изменений, акцепта, способ его передачи и хранения.

Ключевое здесь является то, что он устанавливал понятия «электронная торговля» и «электронный документ»³⁸.

«Электронная торговля — заключение путем обмена электронными документами следующих сделок, предусмотренных ГК РФ (но не ограничиваясь ими): купля-продажа, поставка, возмездное оказание услуг, перевозка, заем и кредит, финансирование под уступку денежного требования, банковский вклад, банковский счет, расчеты, хранение, страхование, поручение, комиссия, агентирование, доверительное управление имуществом, коммерческая концессия, простое товарищество, публичное обещание награды, публичный конкурс, а также приобретение и осуществление с использованием электронных средств иных прав и обязанностей в сфере предпринимательской деятельности».

«Электронный документ — информация, формируемая, отправляемая, получаемая или хранимая с помощью электронных средств связи в связи с совершением сделок в сфере электронной торговли».

Рассмотренный проект содержит практически все необходимые на сегодняшний день определения и уточнения, а также, устанавливает конкретные правовые рамки, хотя ему больше 20 лет и аналогичных норм на сегодняшний день законодательство до сих пор не предусматривает.

Российское законодательство нуждается в НПА, которые будут регулировать правоотношения в сфере электронной коммерции, документооборота и содержать основные понятия, и определения.

Помимо указанных проблем, следует также отметить, что оферты некоторых маркетплейсов содержат противоречащие законодательству нормы, а именно, они устанавливают ограничение на указание личных данных продавца, прямо нарушая п. 19 «Правил продажи товаров дистанционным спо-

³⁸Законопроект № 11081-3 ФЗ «Об электронной торговле» // [Электронный ресурс]. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/11081-3>. (дата обращения: 25.05.2024).

собом»³⁹, в нем устанавливается обязанность продавца на указание своей личной информации.

Таким образом, действующее законодательство РФ не содержит конкретных актов, регулирующих торговлю в сети «Интернет», отсутствуют необходимые законодательные определения, уточнения, конкретные формы договоров, субъектный состав правоотношений и их правовой статус не определен. Главная проблема договора купли-продажи, заключенного в сети «Интернет» — его отсутствие в законе, как и отсутствие определения сферы его применения.

Вопрос регулируется по общим правилам купли-продажи ГК РФ, что неправильно, поскольку сфера заключения и форма договора имеют специфику, которую необходимо учитывать.

В проекте ФЗ «Об электронной торговле» была попытка внести понятие «электронная сделка», но, как уже было отмечено, законопроект был отклонен Госдумой.

Законодательству необходимо адаптироваться к современным реалиям, поскольку его долгая стагнация способствует тому, что электронная коммерция также стоит на месте.

Однако, к правотворчеству в этой сфере необходимо подходить размеренно и учитывать абсолютно все спорные моменты, чтобы избежать пробелов и ошибок в дальнейшем.

3.2 Заключение, изменение и расторжение договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом

Согласно п. 13 «Правил продажи товаров дистанционным способом»⁴⁰ договор дистанционной купли-продажи будет считаться заключенным с момента выдачи продавцом документа об оплате товара покупателю, либо

³⁹ 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 Российской Федерации. 2020. № 3. Ст. 593.

⁴⁰ Там же.

если последний самостоятельно направил продавцу сообщение с намерениями его заключить.

Если информация о доставке не содержится в условиях договора, то она должна быть осуществлена в разумный срок.

Условия и срок доставки должны быть известны покупателю заранее, продавец (посредник) вправе использовать свои ресурсы либо пользоваться услугами третьих лиц, но обязательно информируя об этом покупателя.

Российские маркетплейсы, обычно, имеют собственные службы доставки и склады хранения товаров.

Также, возможны случаи заключения договора путем совершения конкретных действий, например, совершение перевода денежных средств, при оформлении заказа с помощью наложенного платежа договор заключается не фактом оплаты, а иными действиями (указанными в оферте), которые необходимы для его получения.

Договор дистанционной купли-продажи относится к частично заключаемому в электронной форме, поскольку покупатель совершает определенные действия в сети «Интернет», которые необходимы для выполнения условий договора, а товар и чек получает в офлайн формате, только после этого договор будет считаться исполненным надлежащим образом. Из этого следует, что основания недействительности применяются к таким сделкам по общим правилам.

Изменение и расторжение договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом, возможно по общему правилу, а именно: через соглашение сторон.

Статья 450 ГК РФ⁴¹ устанавливает, что воле одной из сторон изменение и расторжение договора возможно в судебном порядке при:

- нарушении договора другой стороной;
- в иных случаях, которые предусмотрены договором либо законода-

⁴¹Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 5. Ст. 410.

тельством.

При этом нарушение должно быть существенным, например, отказ продавца передать вещь в разумный срок, при этом отказ необязательно должен быть прямым, уклонение от доставки будет разбирать суд.

Также, расторжение договора в одностороннем порядке возможно в ситуации, когда покупатель отказывается от своего обязательства оплатить и принять товар, в таком случае продавец может отказаться от исполнения договора (ст. 486 ГК РФ⁴²).

Изменить договор после его исполнения невозможно.

Действующее законодательство не устанавливает возможности изменить или расторгнуть договор продавцу, кроме указанных случаев, то есть, если покупатель приобрёл товар по низкой цене, а продавец отказывается его высылать, ссылаясь на техническую ошибку — это будет считаться нарушением закона⁴³.

Покупатель наделен правом вернуть товар, срок на возврат до получения товара неограничен, после — 7 дней, это будет считаться отказом от исполнения договора либо изменением его условий (если покупатель вернул только часть покупки).

В течении 7-ми дней можно вернуть любой товар, который можно реализовать на широкий круг потребителей, в том числе технически сложный и надлежащего качества.

Бракованный товар возвращается после обнаружения недостатков и может быть заменен на такой же, подобный, либо покупатель вправе требовать возврат средств или перерасчет.

Подводя итог, следует отметить, что законодательство нуждается в конкретных нормах, регулирующих куплю-продажу в сети «Интернет», чтобы избежать пробелов и вытекающих из этого проблем, законодателю необ-

⁴²Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 5. Ст. 410.

⁴³ Варткина Ю. С. Правовые проблемы заключения и исполнения договоров дистанционной купли-продажи // Молодой ученый. 2019. № 12. С. 158.

ходимо учитывать особенности виртуального пространства, в котором возникают правоотношения.

Например, в законе отсутствует нормы, прямо регулирующие договор «по клику», хотя на данный момент это самый популярный способ заключения договора.

Он признается публичной офертой, а заключается с помощью контентных действий, но при этом, к нему применимы положения, касающиеся обмена электронными документами.

Целесообразным решением выглядит пересмотреть его с правовой точки зрения и выделить несколько статей в ГК РФ, которые дадут его определение, сферу применения, обозначат существенные условия и способы его заключения, изменения и расторжения.

Таким образом, действующее законодательство не содержит специальных норм для заключения, изменения и расторжения дистанционного договора купли-продажи, эта область регулируется общими нормами ГК РФ, за исключением одной особенности: возврат товара имеет свою специфику.

3.3 Перспективы развития законодательства Российской Федерации в сфере продажи товаров посредством сети «Интернет»

Развитие торговли в сети «Интернет» происходит с большой скоростью, с каждым годом все больше людей полностью или частично переходят на такой формат покупки, что в свою очередь приводит к росту числа интернет-магазинов. На данный момент законодательство уступает в динамике развития электронной коммерции, нужные нормы отсутствуют, что способствует противоречиям и спорам о применении действующих законов⁴⁴.

Например, в современной электронной торговле появился новый субъект правоотношений — маркетплейс, чей правовой статус никак не урегулирован на законодательном уровне.

Законодательство нуждается в дополнении по вопросам:

⁴⁴Кунин Е. И. Современное состояние правового регулирования в сфере интернет-торговли // Концепт. 2019. № 7. С. 3.

- основных понятий, используемых в электронной коммерции (электронная торговля, интернет-договор, маркетплейс и т.д.);
- субъектному составу и их правовому статусу;
- создания специального органа, который регулировал бы деятельность маркетплейсов;
- принятия законов, регулирующих полный объем правоотношений в сфере электронной коммерции.

Отсутствует типовый договор между маркетплейсом и продавцом, на сегодняшний день существует 3 разных соглашения, причем один из них может содержать любые условия, что может очень негативно сказываться на продавцах.

Например, маркетплейс может установить несоизмеримо большие штрафы за малейший проступок, заблокировать личный кабинет, ограничивать доступ к нему и т. д.

В марте 2024 года в Госдуму внесли законопроект «О государственном регулировании торговой деятельности агрегаторов информации о товарах»⁴⁵, который призван закрыть все пробелы законодательства касаясь торговли в сети «Интернет» и правового статуса маркетплейсов.

Проект предусматривает⁴⁶:

- определение электронной торговли, маркетплейса, продавца, пункта выдачи заказов;
- требования к договору об оказании услуг маркетплейсом;
- обязанности маркетплейса;
- ограничения маркетплейса;
- правовой статус продавца;
- правовой статус владельцев пунктов выдачи.

Законопроект находится на рассмотрении в Госдуме, с его принятием

⁴⁵Законопроект № 568223-8 «О государственном регулировании торговой деятельности агрегаторов информации о товарах в Российской Федерации» и о внесении изменений в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // [Электронный ресурс]. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/568223-8>. (дата обращения: 25.05.2024).

⁴⁶ Там же.

будут устранены основные пробелы законодательства в этой области.

В единый формат придет договор между продавцом и маркетплейсом, который сейчас существует во множестве вариаций, с очень плавающими условиями и правовым статусом участников правоотношений.

Спорный на данный момент субъект дистанционной торговли — посредник, получит законодательное определение и конкретный набор прав и обязанностей, что уберет все исходящие от этого сложности, особенно, в договорных отношениях.

Законопроект содержит много полезных нововведений для дистанционной торговли, касаясь договора, санкций на продавца с покупателем, информации о товаре, особенно его нормы коснутся крупных маркетплейсов, более строго регулируя их деятельность.

Разработка единого законодательства для электронной торговли должно являться главным приоритетом государства, с помощью него можно решить все проблемы этой сферы. Создание подобного закона обсуждается с начала 2000-х, в исследовании уже рассматривался законопроект «Об электронной коммерции», однако, его внедрение до сих пор не произошло.

Рассмотренный проект держался на рассмотрении в Госдуме 5 лет, после этого также были попытки продвинуть подобный закон, но все они не увенчались успехом. Конечно, в современных реалиях тот законопроект выглядит устаревшим, однако, с годами его можно было дополнять и изменять, приводя в идеальный вид.

ФЗ содержал много недостатков, авторы сконцентрировали внимание в основном на процедуре заключения договора, а некоторые из введенных определений конкурировали с уже существующими, проект отклонили поскольку ошибки не были исправлены.

А с другой стороны, на тот период рассматриваемый вид торговли только зарождался как массовое явление и с ним еще не было связано столько законодательных пробелов.

Российское законодательство нуждается в новом проекте ФЗ «Об элек-

тронной торговле», а в процессе создания важно обратить внимание на все существующие пробелы законодательства, специфику виртуального пространства и недостатки прошлого проекта.

Особенно важно, чтобы ФЗ содержал:

- определение электронного договора и сферы его применения;
- условия изменения и расторжения договора;
- субъектный состав и их правовой статус;
- ответственность.

Если не рассматривать принятие отдельного НПА для регулирования электронной торговли, разумным выглядит дополнить действующее законодательство.

Эти изменения можно внести в действующие «Правила продажи товаров дистанционным способом», создав отдельную главу, посвященную только электронной коммерции.

Но лучшим вариантом остается издание единого закона, полностью регулирующего удаленную торговлю, а чтобы избежать конфликтов с действующим законодательством, в него необходимо постепенно вносить изменения.

Подводя итог, следует отметить, что действующее законодательство нуждается в принятии ФЗ «Об электронной торговле», к его преимуществам следует отнести: единый понятийный аппарат (виртуальный, электронный либо сетевой договор, виртуальная торговля, сетевое пространство для коммерции и т. д.), совершенствование правового регулирования и устранение пробелов в рассматриваемой области, оптимизация законодательства, обозначение условий изменения, расторжения, а также, способов заключения договора, обозначение всех субъектов правоотношений с их правами и обязанностями.

Начать изменение законодательства необходимо постепенно, внося изменения уже в действующие акты, например, обозначить понятие «электронного договора», дать определение всем видам удаленной коммерции и раз-

граничить их между собой в Правилах продажи товаров дистанционным способом.

Находящийся на рассмотрении в Госдуме ФЗ «О государственном регулировании торговой деятельности агрегаторов информации о товарах»⁴⁷ выглядит очень перспективно, с его принятием деятельность маркетплейсов будет регулироваться строже, а область электронной коммерции получит нужное законодательство.

Таким образом, на сегодняшний день развитие законодательства, которое в полной мере будет регулировать область электронной торговли, находится в начале своего пути, попытки внести изменения в закон не были успешны, динамичное развитие информационных технологий и удаленной торговли заставляет адаптироваться и обновляться существующие законы.

Законопроект, регулирующий деятельность маркетплейсов, прекрасно демонстрирует это утверждение, поскольку именно торговля на подобного рода площадках сейчас является самой популярной.

А большой поток продаж через маркетплейсы четко указывает на пробелы в праве, на которые законодатель уже обратил свое внимание.

В целом, с уверенностью можно сказать, что развитие законодательства, регулирующего электронную коммерцию, имеет хорошие перспективы, правовая система должна идти в ногу со временем, обеспечивая условия для нормального функционирования удаленной торговли.

⁴⁷Законопроект № 568223-8 «О государственном регулировании торговой деятельности агрегаторов информации о товарах в Российской Федерации» и о внесении изменений в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // [Электронный ресурс]. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/568223-8>. (дата обращения: 25.05.2024).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам исследования были сделаны следующие выводы:

Дистанционная торговля — это продажа товаров, совершаемая по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с информацией (описание, изображение, характеристика, представленные в бумажном формате, «Интернет»-ресурсах, теле и радиоэфирах и т. д.) о товаре.

Признаки дистанционной торговли:

- отсутствие прямого контакта между продавцом и покупателем;
- отсутствие возможности ознакомиться с товаром в офлайн формате;
- наличие публичной оферты;
- доставка товара.

Дистанционная коммерция, а в частности, электронная торговля являются в современных реалиях наиболее перспективной и быстро развивающейся отраслью купли-продажи.

Этому поспособствовало развитие сети «Интернет», с его темпами роста изменения затронули все аспекты жизнедеятельности человека, не оставив классическую торговлю в стороне, с появлением электронной коммерции люди массово начали использовать такой формат купли-продажи, это касается как покупателей, так и продавцов, что привело к созданию специальных платформ для указанного вида деятельности.

Интернет-магазин — сайт, который является частью организации, созданный в сети «Интернет» с целью продажи товаров.

Маркетплейс — специальная платформа для удаленной торговли, работает в качестве посредника между покупателем и продавцом.

Понятие электронного договора отсутствует в законодательстве, но его можно встретить в научной среде.

Электронный договор — соглашение между лицами, сформированное в сети «Интернет».

Заключение дистанционного договора купли-продажи происходит в нескольких вариантах:

— составлением документа и его обмена для подписания всеми сторонами;

— выполнением конкретных действий по заключению договора, указанных в оферте;

Второй способ является самым популярным, им повсеместно пользуются маркетплейсы, называется он «Click-wrap» и обычно подразумевает, что договор заключается путем нажатия на специальное окно сайта «я согласен», «принимаю условия».

Данная оферта должна содержать все условия, с которыми пользователь без труда может ознакомиться и решить принимать их или отказаться, только в таком случае «Click-wrap» будет иметь юридическую силу и регулироваться статьями 434 и 437 ГК РФ.

В научной литературе нет единого мнения по поводу определения, содержания и особенностей электронного договора, а в действующем законодательстве необходимые нормы отсутствуют.

По общему правилу, к существенным условиям рассматриваемого договора относится только предмет, но в научной среде активно продвигают идею отнесения к ним также и цены, мнения слишком разносторонние и не вносят какой-либо конкретики в вопрос.

Законодательно установлено, что цена не может измениться после приобретения товара, следовательно это убирает все возможные негативные последствия.

Стороны договора купли-продажи, заключенного дистанционным способом, это продавец и покупатель, но между ними существует еще один — посредник.

Правовой статус посредника не установлен на законодательном уровне, по факту, он будет являться продавцом, поскольку именно маркетплейс торгует товаром.

Также, он перенимает часть обязанностей продавца, но и имеет свои, которые устанавливаются в договоре между посредником и продавцом, к таким обязанностям обычно относятся: реклама, хранение, продвижение, доставка, принятие возврата и т. д.

В действующем законодательстве РФ нет актов, полностью регулирующих дистанционную торговлю, а именно отсутствуют:

- необходимые определения, среди которых «электронный договор», «виртуальное пространство для торговли», «маркетплейс»;
- конкретная форма электронного договора;
- уточнения по поводу условий электронного договора;
- субъектный состав и его правовой статус;
- специальные нормы для заключения, изменения и расторжения электронного договора купли-продажи;
- единый формат договоров для продавцов и маркетплейсов.

Из этого следует, что главной проблемой договора купли-продажи, заключенного в сети «Интернет», будет являться его отсутствие в законе, также, как и сферы его применения. Правовая система Российской Федерации нуждается в актах, которые будут учитывать все проблемные моменты, выявленные в исследовании, поскольку сейчас оно находится в стагнации, а электронная коммерция продолжает развиваться с большой динамикой.

Действующее законодательство не содержит специальных норм для заключения, изменения и расторжения дистанционного договора купли-продажи, эта область регулируется общими нормами ГК РФ, за исключением одной особенности: возврат товара имеет свою специфику.

Законодателю необходимо адаптироваться к реалиям, учитывать специфику рассматриваемых отношений и особенности виртуального пространства, чтобы создать закон, способный закрыть все проблемы дистанционной торговли.

В связи с этим, самым целесообразным решением выглядит принятие ФЗ «Об электронной торговле», который должен содержать:

- единый понятийный аппарат (виртуальный, электронный либо сетевой договор, виртуальная торговля, маркетплейс, интернет-магазин и т. д.);
- обозначение всех договоров в одной форме (электронный, между продавцом и маркетплейсом);
- обозначение условий изменения, расторжения, а также, способов заключения договора;
- обозначение всех субъектов правоотношений с их правами и обязанностями.

При разработке ФЗ необходимо учитывать все существующие правовые пробелы, только таким путем можно получить законодательство, которое в полной мере будет регулировать электронную коммерцию.

Оптимизацию законодательства следует начинать постепенно, сначала изменяя действующие правовые акты, начать можно с внедрения в Правила продажи товаров дистанционным способом: необходимо понятийного аппарата, следом разграничить разные виды электронной коммерции, обозначить их и выделить конкретные договоры (между покупателем и продавцом, маркетплейсом и продавцом, маркетплейсом и покупателем).

Полную законодательную стагнацию прервал новый законопроект «О государственном регулировании торговой деятельности агрегаторов информации о товарах», который в марте 2024 года был внесен на рассмотрение в Госдуму, он выглядит довольно перспективно и содержит большое количество необходимых электронной коммерции норм.

С его принятием электронная торговля, маркетплейс, продавец и пункт выдачи заказов получат свое законодательное определение, также он содержит требования к договору между продавцом и маркетплейсом, правовой статус маркетплейса, продавца и владельца пункта выдачи заказов. На первый взгляд кажется, что проект довольно строго регулирует деятельность торговых площадок, рассуждать об этом можно будет только после его принятия.

Довольно быстрое развитие дистанционной торговли заставляет зако-

нодателя реагировать на меняющуюся среду, большие надежды подает законопроект «О государственном регулировании торговой деятельности агрегаторов информации о товарах», поскольку торговля на маркетплейсах меньше всего регулируется, но при этом является самым популярным способом коммерции на данный момент.

Таким образом, законодательство, регулирующее все аспекты электронной коммерции, находится на начальном этапе своего развития, все существующие нормы не вносят необходимой конкретики, а попытки принятия законов были неудачны.

Правовая система должна идти в ногу со временем, чтобы обеспечить своевременное регулирование дистанционной торговли, а от этого зависит уровень ее функционирования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

I Правовые акты

- 1 Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (в ред. от 14.03.2020) // Российская газета. — 2020. — 04 июля. — № 144.
- 2 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 11.03.2024) // Собрание законодательства Российской Федерации. — 1994. — № 32. — Ст. 3301.
- 3 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. — 1996. — № 5. — Ст. 410.
- 4 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 № 146-ФЗ (ред. от 04.09.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2001. — № 49. — Ст. 4552.
- 5 Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 № 137-ФЗ (ред. от 06.04.2024) // Собрание законодательства Российской Федерации. — 1996. — № 46. — Ст. 4532.
- 6 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 30.01.2024) // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2006. — № 52. — Ст. 5496.
- 7 Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ (ред. от 06.04.2024) «О связи» // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2003. — № 120. — Ст. 2895.
- 8 Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 23.04.2024) «О рекламе» // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2006. — № 12. — Ст. 1232.
- 9 Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 6.02.2023) «О персональных данных» // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2006. — № 31. — Ст. 3451.

10 Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 12.12.2023) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2006. — № 149. — Ст. 3448.

11 Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2010. — № 1. — Ст. 2.

12 Федеральный закон от 06.04.2011 № 63-ФЗ (ред. от 01.09.2023) «Об электронной подписи» // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2011. — № 15. — Ст. 2036.

13 Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 04.08.2023) «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства Российской Федерации. — 1996. — № 3. — Ст. 140.

14 Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы» // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2017. — № 20. — Ст. 2901.

15 Постановление Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612 (утратил силу) «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2007. — № 41. — Ст. 4894.

16 Постановление Правительства РФ от 16.03.2009 № 228 «О Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций» (ред. от 16.11.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2009. — № 12. — Ст. 1431.

17 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, обла-

дающего 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 Российской Федерации. — 2020. — № 3. — Ст. 593.

18 ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения. от 28.08.2013 № 582-ст (ред. от 30.09.2022) // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200108793>. — 25.05.2024.

II Специальная литература

19 Аблятипова, Н. А. Обмен и возврат товаров надлежащего качества, приобретенных дистанционным способом / Н. А. Аблятипова // LegalConcept. — 2019 — № 1. — С. 123- 130.

20 Аблятипова, Н. А. Проблемы дистанционного способа розничной купли-продажи в контексте права потребителя на отказ от товара надлежащего качества / Н. А. Аблятипова // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ. — 2019. — № 14. — С. 101- 107.

21 Барабашова, М. Н. Дистанционная купля-продажа товаров: Актуальные проблемы практики / М. Н. Барабашова // EScio. — 2019. — № 10. — С. 1- 7.

22 Бондаренко, И. А. Проблемы транзакцией участников электронной коммерции в России / И. А. Бондаренко // Студент. — 2021. — № 4. — С. 1-10.

23 Варткинаян, О. С. Правовые проблемы заключения и исполнения договоров дистанционной купли-продажи / О. С. Варткинаян // Молодой ученый. — 2019. — № 12. — С. 157-159.

24 Галец, Л. А. Интернет-инвестинг как дистанционной алгоритм розничного финансового инвестиций / Л. А. Галец // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. Юриспруденция — 2021. — № 5. — С. 186- 188.

25 Демченко, М. В. Правовое регулирование электронной торговли в условиях функционирования специальных правовых режимов / М. В. Демченко // Предпринимательское право. — 2020. — № 3. — С. 37- 45.

26 Дудченко, А. В. Защита прав потребителей при реализации товара в сети «Интернет» / А. В. Дудченко // Закон и право. — 2019. — № 11. — С. 63- 65.

27 Ефимова, Л. Г. Понятие и правовые особенности электронного договора / Л. Г. Ефимова // Законы России: опыт, анализ, практика. — 2019. — № 7. — С. 84- 90.

28 Кириллова, Ю. В. Особенности применения норм договора купли-продажи / Ю. В. Кириллова // EScio. — 2020. — № 12. — С. 180- 187.

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

30 Котляров, И. Д. Эволюция форм торговли: от традиционной к электронной / И. Д. Котляров // Экономический журнал. — 2014. — № 1. — С. 147- 165.

31 Кузнецов, Е. А. Понятие и существенные условия договора купли-продажи / Е. А. Кузнецов // Синергия Наук. — 2021. — № 60. — С. 396- 402.

32 Кузнецова, Т. И. Сетевая экономика как новая форма организации экономической деятельности / Т. И. Кузнецова // Гуманитарный вестник. — 2019. — № 6. — С. 1- 8.

33 Куйдина, Т. А. Договор розничной купли-продажи дистанционным способом: актуальные проблемы правового регулирования / Т. А. Куйдина // Вопросы российской юстиции. — 2022. — № 17. — С. 333-341.

34 Кунин, Е. И. Современное состояние правового регулирования в сфере интернет-торговли / Е. И. Кунин // Концепт. — 2019. — № 7. — С. 1- 6.

35 Наумов, Н. С. Проблемы правового регулирования договора купли-продажи / Н. С. Наумов // Научно-образовательный журнал СтудНет. — 2021. — № 6. — С. 469- 474.

36 Осипов, А. А. Некоторые теоретические и практические вопросы правового регулирования сделок в сети «Интернет» / А. А. Осипов // Научно-образовательный журнал СтудНет. — 2020. — № 8. — С. 529- 538.

37 Печурина, Е. В. Договор купли-продажи: история и современность / Е. В. Печурина // Молодой исследователь Дона. — 2021. — № 1. — С. 111-116.

38 Порунова, О. Г. Актуальные проблемы правового регулирования договора дистанционной купли-продажи / О. Г. Порунова // Право и практика. — 2023. — №1. — С. 71- 75.

39 Протас, Е. В. Проблемы исполнения обязательств по договору купли-продажи в Российской Федерации / Е. В. Протас // Вестник Московского университета Министерства внутренних дел РФ. — 2021. — № 1. — С. 44-49.

40 Пьянкова, А. Ф. Особенности защиты прав потребителей в эпоху цифровизации экономики / А. Ф. Пьянкова // Пермский юридический альманах. — 2019. — № 2. — С. 301- 311.

41 Разумовская, Е. В. Гражданское право. Общая часть / Е. В. Разумовская. — М. : Юрайт, 2023. — 254 с.

42 Салтыкова, И. В. Актуальные проблемы правового регулирования дистанционной торговли / И. В. Салтыкова // Молодой ученый. — 2021. — № 3. — С. 215- 218.

43 Сизякин, В. С. Электронная торговля: общие характеристики и гражданско-правовое регулирование / В. С. Сизякин // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2020. — № 6. — С. 166- 169.

44 Финанзаира, Ш. П. Гражданско-правовое регулирование электронной торговли / Ш. П. Финанзаира // Закон и право. — 2019. — № 3. — С. 42-43.

45 Фомичева, Н. В. Гражданское право. Общая часть. Учебник и практикум для бакалавриата и специалитета / Н. В. Фомичева. — М.: Юрайт, 2019. — 408 с.

46 Фролов, И. В. Проблемы определения понятия «дистанционная торговля» / И. В. Фролов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. — 2020. — № 1. — С. 166- 168.

47 Хисматуллин, С. А. Правовая природа договора купли-продажи / С. А. Хисматуллин // Право и государство: теория и практика. — 2019. — № 12. — С. 87- 95.

48 Чашкова, С. Ю. Актуальные проблемы защиты гражданских прав / С. Ю. Чашкова. — М. : Юрайт, 2023. — 137 с.

49 Шаблова, Е. Г. Актуальные проблемы гражданского и предпринимательского права / Е. Г. Шаблова. — М.: Юрайт, 2022. — 94 с.

50 Шварц, Л. В. Предпринимательская деятельность в глобальной сети «Интернет»: основные источники и перспективы правового регулирования / Л. В. Шварц // Прикладная юриспруденция. — 2019. — № 2. — С. 42- 48.

51 Щавинская, Я. В. Особенности договора купли-продажи, заключенного в сети «Интернет» / Я. В. Щавинская // Современные научные исследования и инновации. — 2021. — № 5. — С. 5-9.

III Электронные ресурсы

52 Законопроект № 11081-3 ФЗ «Об электронной торговле» // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/11081-3>. — 25.05.2024.

53 Законопроект № 568223-8 «О государственном регулировании торговой деятельности агрегаторов информации о товарах в Российской Федерации» и о внесении изменений в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/568223-8>. — 25.05.2024.