

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
« 11 » 06 2025г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

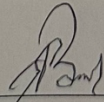
на тему: Защита прав потребителей при дистанционной торговле

Исполнитель
студент группы 121-об1

 11.06.2025
(подпись, дата)

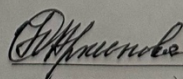
К. Н. Окулич

Руководитель
доцент, канд. юрид. наук

 11.06.2025
(подпись, дата)

А. В. Швец

Нормоконтроль

 11.06.2025
(подпись, дата)

Н. С. Архипова

Благовещенск 2025

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

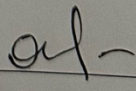
 Т. А. Зайцева
«4» _____ 2024 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студентки группы 121об-1 Окулич Ксении Николаевны.

1. Тема выпускной квалификационной работы: Защита прав потребителей при дистанционной торговле (утверждена приказом от 14.04.2025 № 980-уч.)
2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта): 11.06.2025.
3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: Конституция РФ, Гражданский кодекс РФ, иные нормативно-правовые акты, публикации в периодических изданиях, судебная практика по вопросам защиты прав потребителей при дистанционной торговле.
4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): общая характеристика дистанционной торговли как разновидности розничной купли-продажи товаров, нарушения прав потребителей и их защита в условиях дистанционной торговли, проблемы и перспективы развития защиты прав потребителей в условиях дистанционной торговли.
5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т. п.): нет
6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов): нет
7. Дата выдачи задания: 11.10.2024

Руководитель выпускной квалификационной работы: Швец Александр Витальевич, доцент, канд. юрид. наук.

Задание принял к исполнению (дата): 11.10.2024 
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 51 страница, 19 источников.

ДИСТАНЦИОННЫЙ СПОСОБ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ, ДИСТАНЦИОННАЯ ТОРГОВЛЯ, ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, РОЗНИЧНАЯ КУПЛЯ-ПРОДАЖА ТОВАРОВ ДИСТАНЦИОННЫМ СПОСОБОМ, ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ, АГРЕГАТОР, МАРКЕТПЛЕЙСЫ

Цель бакалаврской работы состоит в разработке рекомендаций по разрешению определенных проблем в области защиты прав потребителей при дистанционной торговле, возникающих в процессе правоприменения.

Полученные результаты проведенного исследования представляют ценность в различных сферах юридической практики. Они могут служить дополнением учебных курсов, посвящённых гражданскому праву. Обеспечивая студентов актуальной информацией. Помимо образовательной сферы, полученные данные также пригодятся юристам-практикам, способствуя углублению теоретической базы и стимулируя развитие новых направлений в научной деятельности.

В ходе реализации поставленной цели была проведена работа по изучению общей характеристики дистанционной торговли как разновидности розничной купли-продажи, а также нарушений прав потребителей и их защита в условиях дистанционной торговли и проблемы, перспективы развития защиты прав потребителей в условиях дистанционной торговли.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Общая характеристика дистанционной торговли как разновидности розничной купли-продажи	8
1.1 Понятие и особенности дистанционной торговли	8
1.2 Договор розничной купли-продажи как основание для приобретения товаров и услуг дистанционным способом	13
1.3 Способы заключения, исполнения и расторжения договора розничной купли-продажи, заключенного дистанционным методом	20
2 Нарушения прав потребителей и их защита в условиях дистанционной торговли	24
2.1 Основные нарушения прав потребителей в условиях дистанционной торговли и их типология	25
2.2 Способы и формы защиты прав потребителей в условиях дистанционной торговли	31
3 Проблемы и перспективы развития защиты прав потребителей в условиях дистанционной торговли	37
Заключение	45
Библиографический список	49

ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ

АКИТ – Ассоциация компаний интернет – торговли;

ГК РФ – Гражданский кодекс Российской Федерации;

ГОСТ – Государственный стандарт;

ККТ – Контрольно – кассовая техника;

ПВЗ – Пункт выдачи заказов;

п. – пункт;

ст. – статья;

РФ – Российская Федерация;

ФЗ – Федеральный закон;

ч. – часть;

COVID-19 – коронавирусная инфекция 2019.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данного исследования является особо значимой и востребованной в современном мире, учитывая непрерывное развитие информационно-телекоммуникационных технологий и заключается в разработке комплекса мер по совершенствованию нормативно-правового регулирования института защиты прав потребителей при дистанционной торговле. Дистанционный способ продажи товаров позволяет гражданам приобретать товары без посещения торговых помещений, что в значительной мере экономит время и сокращает дополнительные расходы, связанные с посещением магазинов. Глобальная пандемия COVID-19 оказала существенное влияние на развитие дистанционной торговли, так как масштабное распространение данного вируса и связанные с ним ограничения привели к пересмотру традиционных способов, в том числе розничной купли-продажи, и активному распространению удаленных способов реализации товаров.

Развитие форм института дистанционного способа продажи товаров (каталожная торговля, телевизионная торговля, электронная коммерция) в связи с ростом и распространением информационных технологий показывает, что на сегодняшний день доминирующим способом является электронная коммерция (электронная торговля), которая предоставляет продавцу возможность быстрого и массового распространения информации о продуктах, а покупателю удобного способа выбора товара.

Для осуществления розничной купли-продажи товаров дистанционным способом характерна особенность отсутствия прямого контакта с товаром до непосредственного заключения соответствующего договора. Покупатель имеет возможность ознакомиться с товаром лишь по каталогам, буклетам, телевизионным рекламам, фото и видео снимкам или иными способами, которые исключают непосредственного контакта с продуктом. В рамках чего законодатель предусматривает потребителям защиту их интересов в области дистанционной продажи, которые отличаются от прав, предусмотренных для

традиционной розничной торговли, что уравнивает правовое положение субъектов данных отношений.

Однако, зачастую именно данный вид торговли становится предметом споров среди продавцов и покупателей, в связи с невозможностью личного ознакомления с продуктом, тем самым проверяя его качество, основные характеристики, внешний вид и так далее.

Этот факт становится благоприятным условием для недобросовестных участников рынка, злоупотребляющими своими правами. Исходя из этого данная правовая сфера не стоит на месте, а требует постоянного регулирования отношений среди ее участников.

Особого внимания заслуживает сторона потребителей, которая находится в более уязвимом положении и требует усиление правовой защиты со стороны государства в виду целого комплекса проблем, характерных для дистанционной торговли.

Степень научной разработанности исследования. Вопросам защиты прав потребителей при дистанционной торговле уделен небольшой объем внимания со стороны ученых-исследователей, что обуславливается относительной новизной исследуемой темы. Вопросы, раскрывающие сущность защиты прав потребителей при дистанционной торговле, встречаются в работах Гаврилова Л. П., Закаряна И. А., Кулакова В. В., Козье Д. и других.

Новизна исследования состоит в попытке всестороннего анализа проблем защиты прав потребителей при дистанционной торговле, сочетающего как теоретическое осмысление правовых аспектов, так и применение соответствующих механизмов на практике в текущих условиях.

Практическая значимость исследования. Результаты, полученные в ходе данного исследования, могут быть использованы в различных сферах юридической практики, также могут быть включены в учебные курсы по предмету «Гражданское право», обогащая образовательный процесс или могут быть основой для написания научных статей, способствуя юридической науке и повышению ее авторитета в профессиональном сообществе.

Объектом бакалаврской работы являются общественные отношения, возникающие в процессе применения института защиты прав потребителей в условиях дистанционной торговли.

Предмет бакалаврской работы: учебная литература, научные работы, научные статьи, нормативно-правовые акты, а также правоприменительная практика в данной сфере.

Цель бакалаврской работы состоит в разработке рекомендаций по разрешению определенных проблем в области защиты прав потребителей при дистанционной торговле, возникающих в процессе правоприменения.

Задачи бакалаврской работы:

- изучить общую характеристику дистанционной торговли как разновидности розничной купли-продажи товаров;
- определить понятие и особенности дистанционной торговли;
- изучить договор розничной купли-продажи как основание для приобретения товаров и услуг дистанционным способом;
- ознакомиться со способами заключения, исполнения и расторжения договора розничной купли-продажи, заключенного дистанционным методом;
- разобрать основные нарушения прав потребителей и их защиту в условиях дистанционной торговли;
- изучить судебную практику по применению данного института и различную научную литературу;
- выявить проблемы данного института и рассмотреть перспективы развития защиты прав потребителей;

Методами исследования являются общие и специальные: метод системно-правового анализа, специально-юридический, сравнительно-правовой и др.

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ КАК РАЗНОВИДНОСТИ РОЗНИЧНОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ

1.1 Понятие и особенности дистанционной торговли

В Российской Федерации активно формируются и совершенствуются новые подходы к организации и ведению торговли. Тем не менее на отечественном рынке товаров пока не получили широкого распространения и полноценного развития передовые торговые практики, такие как дистанционная продажа товаров. В этой сфере ощущается потребность в дополнительном правовом регулировании. В частности, уровень защиты прав потребителей в условиях дистанционной торговли является недостаточно развитым и не в полной мере отвечает потребностям современного рынка.

Дистанционная торговля представляет собой специфический вид розничной купли-продажи, который отличается отсутствием возможности для покупателя лично ознакомиться с товаром, его внешним видом, функциональными характеристиками и прочими аспектами до момента совершения покупки.

В связи с этим законодательство устанавливает особые права для потребителей в контексте дистанционной продажи, которые отличаются от тех, что применяются в традиционной розничной торговле. Тем не менее на практике зачастую не удаётся установить полноценные договорные отношения между продавцом и покупателем в данной сфере.

Важно отметить, что термин «дистанционная торговля» в законодательстве РФ может быть представлен по-разному. Так, например, в ст. 497 ГК РФ¹, в ст. 26.1 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»², в Постановлении Правительства РФ от 31. 12. 2020 № 2463 (ред. от 17.05.2024) «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-

¹ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 13.12.2024) // Собрание законодательства РФ. 1996. № 5. Ст. 410.

² Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 08.08.2024) «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ. 1996. № 3. Ст. 140.

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 РФ»³ упоминается термин дистанционного способа продажи товара, в «ГОСТ Р 51303-2023. Национальный стандарт РФ. Торговля. Термины и определения» (утв. Приказом Росстандарта от 30.06.2023 № 469-ст)⁴ – дистанционная торговля.

Принимая во внимание различные трактовки данного термина можно прийти к выводу, основной смысл, вкладываемый в понятие, не меняется. Можно полагать, что законодательное закрепление понятия дистанционной продажи должно носить унифицированный характер, который бы исключал противоречия и соответствовал единому подходу для всех правовых источников, определению, закреплённому в Новых правилах торговли при реализации дистанционного способа продажи товаров по договору розничной купли-продажи.

В контексте исследования природы дистанционного способа продажи товара можно выделить два основополагающих аспекта.

Во-первых, это возможность ознакомиться с товаром, не вступая с ним в непосредственный физический контакт.

Во-вторых, наличие услуги доставки, которая является неотъемлемой частью договора розничной купли-продажи товаров дистанционным способом и обеспечивает удобство для покупателей при дистанционной торговле.

³ Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 (ред. от 17.05.2024) «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 2021. № 3. Ст. 593.

⁴ «ГОСТ Р 51303–2023. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» (утв. Приказом Росстандарта от 30.06.2023 № 469-ст). М.: Российский институт стандартизации, 2023. Ст. 469.

Эти два аспекта позволяют определить дистанционную торговлю как способ заключения сделки, при котором покупатель выбирает товар удалённо, а также содержит положения о доставке товара покупателю.

Исходя из нормативно-правовой базы российского законодательства, под дистанционным способом продажи товаров понимается «договор розничной купли-продажи, заключённый на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара, осуществляется посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, в том числе сети Интернет, а также посредством иных способов, исключающих возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром или образцом товара при заключении такого договора».

Благодаря появлению все более новых информационно-коммуникационных технологий дистанционная торговля получила возможность использования различных форм торговли, дифференцирующихся по методам предоставления информации о товаре и его потребительских качествах целевой аудитории. Каждая форма дистанционной торговли имеет свой собственный, отличный от других, способ организации работы.

Формы дистанционной торговли эволюционировали вместе с развитием коммуникационных технологий, таких как:

- продажа товаров и услуг через каталоги и печатную рекламу;
- торговля с использованием телевизионного вещания;
- электронная коммерция.

Самым первым способом дистанционной торговли принято считать торговлю через каталоги и печатную рекламу, также известную как почтово-посылочный способ продажи товаров. Данная форма торговли заключается в том, что она обеспечивает существенное расширение клиентской базы за счет привлечения потребителей, не имеющих возможности посещать традиционные торговые предприятия. Организация доставки осуществляется посредством почтовых отправок, позволяющих продавцам реализовывать товар, не ограничиваясь географическим месторасположением покупателя.

Важно отметить, что отправка потребителям каталогов сама по себе не является дистанционным способом продажи товаров, но если каталог несет в себе предложение выбрать почтовую вместо личного посещения торговой точки, то данный метод торговли будет являться дистанционным.

Развитие дистанционного способа продажи товаров происходило путем интеграции новых коммуникационных средств, обеспечивающих взаимодействие между участниками коммерческого процесса – продавцом и покупателем. Такими средствами для передачи информации от продавца к покупателю стало телевидение, а для доставки товара используются курьерские службы, в том числе и собственная служба доставки продавца.

Данная форма дистанционной торговли стремится повлиять на выбор покупателей, оказывая воздействие на сознание людей с помощью психологических приемов воздействия. Так, благодаря использованию текста, музыки, движения и цвета в совокупности оказывает сильное эмоциональное воздействие на зрителя, укрепляет его связь с продуктом и, как следствие, повышает вероятность покупки.

Способ продажи посредством телевизионного вещания получил название телемагазина. В отличие от традиционных магазинов, продавец в телемагазине не получает мгновенной реакции на рекламу и вынужден ждать, пока клиент сам проявит инициативу. Покупатели, которые заинтересованы в товаре и хотят его приобрести, обычно обращаются к продавцу по телефону, номер которого также представлен в рекламном материале. Первоначально продавец не имеет возможности обращения к потенциальному покупателю индивидуально, но после телефонного звонка продавец и покупатель могут вести личную беседу в режиме реального времени.

Следующим этапом стало развитие интернет-технологий, которые привели к появлению нового формата дистанционной торговли – электронная коммерция.⁵ Условно говоря, по сравнению с вышеупомянутыми способами дистанционной продажи товаров произошло изменение в методе

⁵ Гаврилов Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2023. С. 563.

предоставления информации о товаре покупателю. Данные стали доступны на официальном веб-сайте компании, где покупатель может самостоятельно их получить. Важно отметить, что переход на другое средство взаимодействия в значительной мере меняет то, как покупатель и продавец коммуницируют между друг другом.

Интернет стал не просто средством коммуникации между людьми, а полноценной платформой для торговли. Если раньше продавцам приходилось вручную обрабатывать заказы, поступающие из разных источников, то теперь покупатели могут оформлять их напрямую в онлайн-среде, где и работает продавец. Это значительно упростило и автоматизировало обработку заказов, что привело к существенному сокращению расходов.

Также существует такое понятие, как «электронная торговля», которую, в свою очередь, отождествляют в своих работах с электронной коммерцией такие ученые, как Д. Козье.⁶

Использование электронной торговли помогает компаниям оптимизировать свою работу. Это достигается за счёт снижения затрат на проведение операций, уменьшения времени, необходимого для совершения сделок, ускорения движения денежных средств и более точного анализа рыночной ситуации.

На данном этапе развития одним из ведущих каналов сбыта продукции являются различные маркетплейсы, которые представляют собой торговую онлайн-площадку, на которой сами производители размещают подробную информацию о товаре, его свойствах, а покупатель, непосредственно ознакомившись с товаром, оформляет на данной интернет-площадке заказ и оплачивает его на сайте. Как правило, данная площадка берет на себя большую часть логистических вопросов, в том числе доставке товара покупателю.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что дистанционный способ продажи товаров представляет собой сделку между продавцом и покупателем, посредством удаленных методов ознакомления с товаром, в которые

⁶ Козье Д. Электронная коммерция // пер. с англ. Воронин Д. Л. М.: Издательско-торговый дом «Русская Редакция», 1999. С. 300.

включаются: продажа товаров и услуг через каталоги и печатную рекламу, торговля с использованием телевизионного вещания, а также электронная коммерция. Существенной характеристикой данного вида торговли является отсутствие у покупателя возможности физического осмотра товара до момента его получения. Это отличает дистанционную торговлю от традиционной розничной торговли и требует особого правового регулирования.

1.2 Правовая природа договора розничной купли – продажи как основание для приобретения товаров и услуг дистанционным способом

Еще с давних времен каждый человек за свою жизнь не раз вступал в правоотношения, связанные с куплей-продажей товаров или услуг, регулирование которых в последующем было закреплено на законодательном уровне. Каждый день в мире совершается большое количество сделок, связанных с куплей-продажей товаров или услуг. Это могут быть как крупные международные контракты, так и мелкие бытовые покупки. Вопрос использования договора купли-продажи является значимым для всех сфер общественной жизни, что в последующем послужило разграничению его на отдельные виды, в которые входит договор розничной купли-продажи.

Договор розничной купли-продажи товаров зачастую является одной из наиболее распространенных форм гражданско-правовых сделок, с которыми сталкиваются физические, юридические лица и публично-правовые образования в повседневной жизни. Данный договор также имеет свои виды, которые являются необходимыми вследствие дифференциации, обусловленной юридическими особенностями настоящего договора. К таким видам относятся: продажа товара с условием о его принятии покупателем в определенный срок, продажа товара по образцам, дистанционный способ продажи товара, продажа товаров с использованием автоматов, продажа товара с условием о его доставке покупателю.

Выделение дистанционного способа продажи товаров как разновидности розничной купли-продажи обусловлено некоторыми отличиями:

- направление информации о товаре потенциальному покупателю о предложении сделки, в которой присутствуют все существенные условия по договору. В розничной купле-продаже данный признак не является важным, так как с товаром покупатель может ознакомиться в месте его продажи либо посредством взаимодействия субъектов вне торговых точек. Данный способ направления информации в розничной торговле является лишь рекламой, которая в дальнейшем способствует привлечению внимания граждан. В условиях дистанционной торговли данный метод является единственным способом ознакомления с продуктом и доведения оферты до покупателей.

- доставка товара также является важной частью в договоре. Если в розничной торговле доставка является дополнительной услугой, которую покупатель может приобрести при ее наличии, то в дистанционной продаже данный аспект будет являться важным условием.

Как уже упоминалось выше главной отличительной особенностью договора купли-продажи, заключаемого посредством дистанционного способа продажи товара, является отсутствие у покупателя возможности ознакомления с товаром до момента его получения. В данной ситуации продавец обязан предоставить исчерпывающую и достоверную информацию покупателю о продавце, о товаре (информация должна соответствовать законодательству Российской Федерации, а также иным требованиям, которые обычно применяются при розничной купле-продаже товаров), о цене самого товара, об условиях приобретения товара, о порядке оплаты и доставки товара, о сроке в течение которого действует предложение о заключении договора, а также о формах и способах направления претензии (в случаях непредоставления информации продавцом, покупатель вправе направить претензию любым удобным для него способом и в любой форме.).

Предмет в договоре является существенным условием, так как он и определяет сам повод, который послужит возникновению прав и обязанностей сторон. Без определения и четкого указания предмета договор является незаключенным. Российский юрист, профессор Кулаков В. В. в своих трудах отметил:

«... условие о предмете является существенным для всех без исключения договоров. В то же время оно уникально для каждого конкретного договорного вида (типа)». ⁷

В данном случае предметом договора является товар, перечень которых определяется продавцом. При этом сам товар предназначен исключительно для использования в личных (бытовых) целях, не связанных с предпринимательской деятельностью, исходя из условий розничной торговли. Данный факт соответствует условиям розничной купли-продажи в полном объёме. Но есть некоторые особенности, которые запрещают продавцу осуществлять продажу товаров дистанционным способом.

В перечень товаров, запрещающих продажу дистанционным способом для всех продавцов без исключения, входят: продажа алкогольной продукции, табачной и никотинсодержащей продукции, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации.

Важно отметить, что для некоторых продавцов, таких как аптечные организации, предоставляется доступ к дистанционной продаже тех лекарственных препаратов, которые вправе продавать только данные организации и не запрещены законодательством РФ. Для реализации своей деятельности аптечная организация должна иметь лицензию на фармацевтическую деятельность и соответствующее разрешение Росздравнадзора на осуществление розничной торговли лекарственными препаратами дистанционным способом согласно ч. 1.1 ст. 55 «Закона об обращении лекарственных средств»⁸, п. 7 «Правил продажи лекарств дистанционным способом»⁹.

⁷ Кулаков В. В. Особенности определения предмета нетипичных договоров // Власть закона. 2010. № 2. С. 90

⁸ Федеральный закон от 12.04.2010 № 61-ФЗ (ред. от 01.03.2025) «Об обращении лекарственных средств» // Собрание законодательства РФ. 2010. № 16. Ст. 1815.

⁹ Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 (ред. от 17.05.2024) «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 2021. № 3. Ст. 593.

В дополнение к вышеупомянутому следует отметить, что для интернет-магазинов помимо всего прочего действуют и иные ограничения по определенному перечню продукции, которые действуют как для договора купли-продажи (п. 5 ст. 454, п. 1 ст. 455 ГК РФ)¹⁰, так и для договора розничной купли-продажи (например, п. 30 Правил розничной продажи товаров).¹¹

Как правило, предмет договора можно считать достигнутым только при условии, когда четко определены наименование и количество товара, однако нужно учитывать тот факт, что цена также имеет особое значение в данной характеристике.

Цена определяется в момент заключения договора между продавцом и покупателем. Изменить цену, которая объявлена в момент достижения соглашения между сторонами по всем существенным условиям договора в требуемой форме, либо с момента выдачи продавцом потребителю кассового/товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, продавец в одностороннем порядке не имеет права. В таком случае при изменении цены в момент заключения сделки покупатель может считать договор незаключенным.

Оплата товара может осуществляться как наличными средствами, так и с помощью безналичной оплаты непосредственно при получении в пункте выдачи заказов либо при доставке товара курьером.

Законодательством Российской Федерации предусмотрена возможность предварительной оплаты либо аванса за товар, который желает приобрести покупатель. Для этого потенциальному покупателю, подробно ознакомившемуся с информацией о продукте, необходимо поставить в известность продавца и произвести на его расчетный счет необходимые денежные средства, которые

¹⁰ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 13.12.2024) // Собрание законодательства РФ. 1996. № 5. Ст. 410.

¹¹ Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 (ред. от 17.05.2024) «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 РФ» // Собрание законодательства РФ. 2021. № 3. Ст. 593.

в последующем и будут являться предоплатой либо авансом за желаемый им товар. Получив денежные средства на расчетный счет, продавец с помощью ККТ (контрольно-кассовая техника) формирует чек и товар передается покупателю.

Необходимо упомянуть и то, что квалифицирующим элементом договора является его специфический субъективный состав, который можно разделить на две группы. К первой группе субъектов можно отнести продавца товара и потребителя.

Продавцом в соответствии с законодательством Российской Федерации выступают субъекты предпринимательской деятельности, которые делятся на физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей, самозанятых и юридических лиц.

Потребителем является физическое лицо, которое намеревается приобрести товар посредством каталожной продукции, печатной рекламы, теле – и радиовещания, а также сети «Интернет» для личных (бытовых) нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. Законодатель наделил потребителя большим количеством гарантий в случае наступления неблагоприятных для него последствий, это обусловлено тем, что осведомленность граждан о своих правах является недостаточной, вследствие чего они зачастую становятся жертвами мошеннических схем, не имея возможности защищать свои законные интересы.

Ко второй группе субъектов розничной купли-продажи при дистанционной торговле можно отнести агрегаторы и маркетплейсы.

Агрегаторы представляют собой веб-сервисы или приложения, объединяющие в себе организации, для осуществления онлайн-торговли, где покупателю предоставляется возможность четкого и структурированного выбора необходимого товара, что в значительной мере облегчает поиск нужного продукта. Определение понятия «агрегатор» в законодательстве на данный момент не предусмотрено, но смысловое его наполнение можно раскрыть через термин «владелец агрегатора», который закреплен в законе «О защите прав

потребителей»¹². Важно отметить, что помимо вышеупомянутого роль владельца агрегатора также заключается в надлежащем информировании покупателей о приобретаемом товаре, а также создании условий, которые бы способствовали защите своих законных прав.

А под маркетплейсом понимается онлайн-платформа, руководителем которой является «владелец агрегатора» в сети Интернет.¹³ Природа деятельности маркетплейса заключается в том, что маркетплейс выступает "витриной" для товаров продавца – это означает, что продавцы самостоятельно формируют карточки товара, размещают необходимую информацию о нем, предлагают его к продаже, рекламируют, вводят его в гражданский оборот. А электронный ресурс как маркетплейс лишь администрирует, представляет пространство на сайте для размещения товара, предоставляет промо- и маркетинговые услуги и т. п., то есть фактически является информационным посредником.

Проведя анализ сравнения двух терминов следует отметить, что:

- в деятельность агрегаторов входит работа, предполагающая использование исключительно электронной вычислительной техники, тогда как отличительной чертой маркетплейсов является не только объединение в себе продавцов для осуществления онлайн-торговли, но и включает специальную физическую, логистическую инфраструктуру в качестве пунктов выдачи заказов (ПВЗ);

- как правило в работе агрегатора данные о товаре хоть и представляются продавцом самостоятельно, но фактически на веб-сайт их загружает сам владелец агрегатора, что значительно отличается от работы маркетплейса, в котором вся информация, включая фотографии, описание, видеоролики публикуется непосредственно самим продавцом товара на платформе;

¹² Закон РФ от 07.02.1992 № 2300–1 (ред. от 08.08.2024) «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ. 1996. № 3. Ст. 140.

¹³ «Стандарты по взаимодействию маркетплейсов с владельцами пунктов выдачи заказов» (утв. Комиссией по созданию условий саморегулирования в электронной торговле в Российской Федерации, Протокол № 15–381 от 03.10.2023) // [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_459916 (дата обращения 07.05.2025).

Договор заключается как в письменной (обмен электронными сообщениями, письмами, телеграммами), так и в устной (с помощью телефонного звонка, видеозвонка) не противоречащим ст. 434 ГК РФ.

Обращаясь к юридической характеристике договора розничной купли-продажи в условиях дистанционной торговли следует отметить, что договор является:

Консенсуальным, так как считается заключенным в момент достижения соглашения между продавцом и покупателем по всем существенным условиям. Но помимо данного утверждения в законодательстве отмечено, что заключенным договор может считаться момент, когда потребителю продавцом будет выдан кассовый или товарный чек, подтверждающий факт оплаты товара, что позволяет некоторым авторам отнести его к реальным договорам. Проведя анализ, стоит отметить тот факт, что для реального договора необходима передача имущества, в момент которой по такому договору будут возникать обязательства между субъектами. Так, например, по договору займа моментом заключения является передача денежных средств или иного предмета заемщику. В Правилах продажи товаров дистанционным способом указан момент заключения договора не с передачей предмета или денежных средств, а с момента выдачи документа, подтверждающего платеж. Из этого следует, что денежные средства ранее уже переданы продавцу за товар, но при отсутствии наличия товарного или кассового чека договор нельзя считать заключенным, а значит договор, заключенный дистанционным способом, будет считаться консенсуальным.

Возмездным, в силу того что одна сторона должна получить плату за выполнение своих обязательств перед другой стороной, следствием этого и является необходимостью указания цены в условии договора, имеющем существенное значение.

Двусторонне обязывающим. Каждая сторона в настоящем договоре имеет определенные права и обязанности. Так, продавец принимает на себя обязательство передать товар покупателю в соответствии с условиями

договора, в то время как покупатель обязуется оплатить данный товар в установленный срок и в полном объеме, если иное не предусмотрено условиями настоящего договора.

Таким образом, правовая природа договора розничной купли – продажи дистанционным способом заключается в том, что он является консенсуальным, возмездным и двусторонне обязывающим. К существенным условиям договора относятся предмет (товар, перечень которых определяется продавцом), количество самого товара, цена и доставка, без которой получение товара становится невозможным.

1.3 Способы заключения, исполнения и расторжения договора розничной купли-продажи, заключенного дистанционным методом

Для заключения договора розничной купли-продажи дистанционным способом продавцу необходимо предоставить полную и исчерпывающую информацию о товаре, о самом продавце, о правилах и условиях доставки товара, гарантийный срок и порядок оплаты. Информация предоставляется через каталоги и печатную рекламу, с использованием телевизионного вещания, а также с помощью электронной вычислительной техники.

Покупатель, ознакомившись с предоставленной информацией, формирует заказ, указывая выбранный товар и свои контактные данные для связи и доставки товара.

Продавец обязан подтвердить получение заказа, присвоив ему определенный номер либо иной другой способ идентификации заказа, что в дальнейшем послужит возможностью для покупателя ознакомиться с полной информацией по приобретенному товару либо с данными, содержащимися в заключенном договоре.

В случаях, если товар приобретается через агрегатор или маркетплейс, то владелец агрегатора должен предоставить полную и достоверную информацию, а также изменения в данных не только о продавце, но и о себе посредством размещения сведений в сети «Интернет» на своем веб-сайте или приложении. Если же владелец не осуществил данных действий либо предоставил

недостоверную информацию, тогда владелец агрегатора несет ответственность за убытки, понесенные покупателем.

При заключении договора сторонами должны быть соблюдены все существенные условия, в которые входит предмет, количество товара, цена и условия доставки. Без соблюдения данных аспектов договор розничной купли-продажи дистанционным способом будет считаться недействительным.

Как уже отмечалось ранее, договор розничной купли-продажи при дистанционной торговле заключается с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека, что служит основанием для подтверждения оплаты товара или с момента сообщения продавцу покупателем о намерении приобрести товар.

Изложенное выше указывает на главную особенность данного договора, которая заключается в отсутствии возможности у покупателя вступить в непосредственный контакт и ознакомиться с товаром до момента заключения договора.

Таким образом, к характерным особенностям заключения договора розничной купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом, следует отнести тот факт, что момент заключения договора для продавца и покупателя различаются. Так, например, права и обязанности продавца начинаются с момента уведомления покупателем о намерении приобрести товар, а у покупателя с момента выдачи продавцом документа, подтверждающего оплату товара (кассового или товарного чека).

Приобретая товар, покупатель вправе оценить его качество исключительно по представленной продавцом информации, находящейся в каталогах, буклетах, различных средствах связи, сети «Интернет» и иных информационных материалах.

В обязанности покупателя входит необходимость оплаты товара по цене, которая установлена продавцом в момент заключения договора, если иное не предусмотрено договором. Если договором предусмотрена предварительная оплата товара в определенный срок, то в случае невыполнения

финансовых обязательств будет признаваться отказом покупателя от исполнения договора.

В соответствии с законодательством продавец, помимо предоставления полной и исчерпывающей информации, обязан обеспечить передачу товара надлежащим образом покупателю в установленный срок, но если он не определен договором, то товар должен быть передан покупателю в разумный срок после заключения договора.

В дополнение к вышеизложенному продавец не вправе навязывать потребителю приобретение дополнительных товаров или услуг, а также устанавливать условия, при которых покупка одних товаров становится обязательной для приобретения других.

Договор считается исполненным с момента фактического получения товара покупателем в ПВЗ либо при осуществлении доставки по указанному адресу. А при отсутствии покупателя – товар передается иному лицу, имеющему при себе номер заказа или иное, в том числе электронное, подтверждение оформления заказа у продавца, если иное не предусмотрено договором.

При доставке товара покупателю должна быть передана информация о товаре в письменной форме, а также регламентированный порядок и сроки возврата товара продавцом непосредственно.

Потребитель в соответствии с законодательством РФ имеет право вернуть или обменять товар, который является:

- надлежащего качества;
- он сохранил полностью товарный вид, что в дальнейшем не будет препятствовать покупке данного товара иным лицом, выразившем желание приобрести его, а также документ, подтверждающий совершение приобретения товара;
- индивидуальной вещью для лица, которое приобрело товар.

Так, медицинские лекарственные препараты обмену и возврату не подлежат в силу того, что эти средства представляют собой непродовольственные товары, исключающие возможность возврата или обмена.

Но если же товар, заявленный продавцом, как надлежащего качества, впоследствии оказывается с некоторыми недостатками, которые были обнаружены в ходе проверки покупателем, то последний вправе потребовать у покупателя устранения недостатков, снижение цены, обмена или возврата на похожий или аналогичный товар, возмещение полной стоимости товара, а значит и расторгнуть заключенный ранее договор.

При расторжении договора розничной купли-продажи дистанционным способом происходит прекращение обязательственных отношений между продавцом и покупателем, что регулируется законодательством. В связи с этим у покупателя имеется возможность отказаться от товара в любое время до момента получения товара, но непосредственно после получения товара в течение 7 дней, если иное не установлено договором. Также покупатель вправе предъявить требования, связанные с какими-либо недостатками товара, в течение гарантийного срока или срока годности, а при их отсутствии – в разумный срок, но в пределах двух лет со дня передачи товара. В случае, если информация о порядке и условиях возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме при его доставке, покупатель обладает правом отказаться от данного товара в течение трехмесячного срока с момента его передачи. Продавец обязан вернуть покупателю денежную сумму, уплаченную за товар, за исключением расходов на доставку, не позднее чем через десять дней со дня предъявления этого требования.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что в законодательстве в целях защиты прав потребителей устанавливается возможность как обмена и возврата товара, так и расторжение договора, как до получения товара, так и после, учитывая все особенности, которые упомянуты в нормативно-правовых актах.

2 НАРУШЕНИЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ИХ ЗАЩИТА В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ

В связи с большим ростом популярности с таким видом продажи и покупки товара как дистанционная торговля, которая в значительной мере упрощает взаимодействие между продавцом и покупателем, учитывая современный и технологичный образ жизни социума, не исключены случаи невыполнения или не должного выполнения своих обязательств по договору. Для потребителя важно понимание о надежности и безопасности совершаемой покупки товара удаленно. Зачастую наиболее уязвимой стороной в данных отношениях является потребитель (покупатель), так как приобретение товара, а следовательно, и заключение договора происходит до физического осмотра вещи, также не исключен риск мошенничества со стороны продавца, что в значительной мере не может уберечь покупателя от данных обстоятельств на сегодняшний день.

Основным нормативно-правовым актом, в области защиты гражданских прав является Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300–1,¹⁴ который, в свою очередь, обеспечивает защиту нарушенных прав, в рамках потребительских отношений и обеспечивает равенство между продавцом и покупателем на протяжении всего пути при осуществлении купли-продажи. Закон также определяет обязанности продавцов и исполнителей по предоставлению полной и достоверной информации о товарах.

Права покупателя являются важной составляющей в договоре розничной купли-продажи товаров, приобретенных дистанционным способом, поскольку обеспечивают защиту его законных интересов в виде получения полной и достоверной информации о товаре, возврат или обмен такого товара как надлежащего, так и ненадлежащего качества, а также право на получение товара в установленный настоящим договором срок.

¹⁴ Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 08.08.2024) «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ. 1996. № 3. Ст. 140.

Обеспечение таких прав возложена на продавца, поскольку полное отсутствие возможности у покупателя с ознакомлением товара не может дать ему гарантий в достоверности и безопасности совершаемой сделки.

2.1 Основные нарушения прав потребителей при дистанционной торговле

Исходя из практики судов по данному вопросу, можно утверждать, что в основном покупатели сталкиваются с недобросовестно выполняющими свои обязательства по договору продавцами, злоупотреблением правовым положением с их стороны. К основным нарушениям можно отнести: несоответствие предмета по договору заявленным требованиям, невыполнение условий по обеспечению доставки товара, оплата покупателем посредством перевода денежных средств на личный банковский счет продавца, односторонний отказ от исполнения договора. Все эти аспекты образуют риски для покупателя при приобретении товаров посредством дистанционной торговли и вынуждают обращаться к защите в судебном порядке, что подтверждается большим количеством судебной практики и, как правило, все это требует большого количества времени и материальных затрат.

В процессе приобретения товара дистанционным способом зачастую покупатели сталкиваются с проблемой несоответствия предмета по договору заявленным требованиям, что дает им право произвести обмен или возврат товара в соответствии с законодательством. Если же продавец каким-либо образом в добровольном порядке отказывается удовлетворять, заявленные требования потребителя, а тем самым нарушает его права, то последний вправе на законных основаниях обратиться за защитой своих интересов в суд.

Примером может послужить решение Благовещенского городского суда Амурской области от 22 апреля 2024 года по делу № 2–341/2024. Между Федоровой Н. А (истец) и интернет – магазином (ответчик) посредством мессенджера производилась переписка, в которой продавец консультировал покупателя по выбору одежды, в последующем истцом был выбран и оплачен заказ посредством электронной платежной системы, который состоял из трех вещей

на общую сумму 45 200 (сорок пять тысяч двести) рублей. При доставке товара истцом было выявлено несоответствие размера двух вещей, изначально указанных ответчиком при осуществлении заказа. Истица, решив отказаться от двух изделий, сообщила о своих намерениях в интернет – магазин, но те отказались производить возврат товара ссылаясь на тот факт, что товар был продан со скидкой и возврату не подлежит, после чего перестали реагировать на какие-либо сообщения в свой адрес. Истцом было направлено письмо с претензией ответчику, но также никакого ответа не последовало. Далее выяснилось, что ответчиком надлежащим образом не была предоставлена информация истцу о гарантийных сроках товара, информации об зарегистрированном адресе фактического месторасположения магазина, а также о порядке и сроках возврата приобретенного товара. Судом принято решение взыскать с интернет – магазина взыскать денежные средства за приобретение двух неподходящих по размеру товара общей стоимостью 28 800 (двадцать восемь тысяч восемьсот) рублей. Учитывая тот факт, что ответчиком были нарушены права потребителя, суд установил компенсацию морального вреда, причиненного истцу в размере двух тысяч рублей, а также взыскать штраф в размере пятнадцати тысяч четырехсот рублей.¹⁵

Помимо этого, исходя из судебной практики еще одним нарушением со стороны продавца является отсутствие доставки товара после его фактической оплаты. Законодатель в Правилах торговли товарами дистанционно закрепил необходимость для продавца осуществления доставки товара в установленный договором срок. Важно отметить, что если имеются обстоятельства, по которым не удалось отправить товар (обстоятельства непреодолимой силы либо перевозка отдельных видов товара, для которых необходим особый способ перевозки), то продавец имеет право на отказ от требований покупателя, а также если срок доставки упущен по вине покупателя. Но, порой, недобросовестные продавцы не предоставляют товар, тем самым, не выполняя существенные

¹⁵ Решение от 22 апреля 2024 г. по делу № 2–341/2024 // «Судебные и нормативные акты РФ». [Электронный ресурс]. URL: <https://sudact.ru/regular/doc/4XSfWiiTmTLE/> (дата обращения: 08.05.2025).

условия договора, тем самым подобным образом обманывая потребителей с целью получения выгоды. В результате таких действий потребители сталкиваются с финансовыми потерями.

Например, решение Тындинского районного суда Амурской области от 27 июня 2024 года № 2–944/2024. Ушаков В. А. приобрел товар в виде луковиц тюльпанов на веб-сайте в интернет-магазин общей стоимостью 363 806 (Триста шестьдесят три тысячи восемьсот шесть) рублей 39 копеек. Посредством мессенджера «WhatsApp» на мобильный телефон истца пришло уведомление от ответчика о необходимости предварительной оплаты оформленного товара в размере 181 566 (Сто восемьдесят один пятьсот шестьдесят шесть) рублей. После оплаты истец в тот же день направил ответчику фото платежного документа, которое в последующем было подтверждено интернет-магазином. Исходя из условий договора ответчик в период с 10 февраля 2024 года до 25 февраля 2024 года обязан был направить товар истцу, однако до настоящего времени доставка не производилась и товар у потребителя отсутствует. После, истцом были предприняты меры по возврату уплаченной суммы в виде подачи заявления на официальном сайте ответчика, однако денежные средства истцу так и не поступили. Суд решил удовлетворить исковое заявление гражданина Ушакова В. А. и взыскать с индивидуального предпринимателя в лице интернет – магазина денежные средства, в стоимость которых входит: возмещение предварительной оплаты непоставленного товара; сумма неустойки за нарушения по возврату товара; компенсация морального вреда, понесённая истцом по результатам вины и ряда нарушений со стороны ответчика, после которых Ушаков В. А. понес нравственные и моральные страдания.¹⁶

Бывают также случаи, когда продавец просит перевести денежную сумму за товар на его личный банковский расчётный счет, интересуемый покупателя, что является еще одним видом нарушения со стороны продавца, которое в итоге лишает право покупателя апеллировать нормами Закона РФ «О

¹⁶ Решение от 26 июня 2024 г. по делу № 2–944/2024 // «Судебные и нормативные акты РФ». [Электронный ресурс]. URL: <https://sudact.ru/regular/doc/NYnBpAI7GMHK/> (дата обращения: 10.05.2025).

защите прав потребителей»¹⁷. Данная операция будет считаться исключительно как денежный перевод с одного банковского счета физического лица на другой. А закон же распространяет свои правила сугубо на взаимоотношения потребителя (физического лица) и организации, индивидуального предпринимателя или самозанятого. Данная же банковская транзакция будет в полной мере отвечать интересам субъектов сделки, так как и подтверждается непосредственно ими. Причины денежных переводов на карту физического лица могут быть разными.

С одной стороны, экономия организаций, индивидуальных предпринимателей на банковской комиссии, взимаемой за обработку безналичных платежей либо сокрытие от налоговых служб реального заработка от продажи товаров. С другой стороны, у покупателя появляется большой риск столкнуться с мошенническими схемами, что в последствии усложнит возврат уплаченной суммы.

Также, покупатель посредством перевода может быть вовлечен в преступную деятельность так называемого продавца, который, нарушая закон, принимает денежные средства на свою личную банковскую карту. Переводы могут считаться как добровольное пожертвование в пользу террористических, а также экстремистских организаций.

В таком случае потребителю, ни о чем не подозревавшему о мошеннических схемах другой стороны, придется доказывать свою непричастность к преступной деятельности.

В случаях, когда оплата товара произвелась на банковский счет физического лица, а фактически товар отсутствует, то потребителю следует обратиться в правоохранительные органы для поиска нарушителя по закону, а затем подать исковое заявление в суд для дальнейшего разбирательства по делу. Исходя из решения Верховного суда от 16 февраля 2021 № 69 КГ20/23/К7 для взыскания денежных средств истцу необходимо подтвердить перевод

¹⁷ Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 08.08.2024) «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ. 1996. № 3. Ст. 140.

ответчику. Подтверждением этого факта может служить банковская выписка, содержащая информацию о получателе платежа.¹⁸

На сегодняшний день между судами возникают противоречия по вопросу правомерности одностороннего отказа от исполнения существенных условий по договору. Одни суды защищают права потребителя, устанавливая определенные пределы для продавца по одностороннему отказу от договора, другие же встают на сторону продавца.

Так, например, в первом случае покупатель приобрел товар посредством электронной торговой площадки в сети Интернет и оплатил заказ в полном объеме. Через некоторое время истца уведомили об одностороннем отказе от исполнения договора и произвели возврат денежных средств, указывая на технические неисправности сайта. Суд принял решение в пользу истца (покупателя) и обязал предоставить купленный товар надлежащим образом, обосновывая это тем, что ответчик является профессиональным продавцом в сфере дистанционных продаж, в обязанности которого входит проверка актуальности как цен на товары, так и наличие ассортимента с подробной информацией о продаваемом товаре, размещенных в сети Интернет на личном сайте продавца. Надлежащего обоснования технического сбоя на веб-сайте продавца суду не предоставлено.¹⁹

Но во втором же случае аналогичные исковые требования по исполнению договора продавцом, отказавшемуся от в одностороннем порядке вследствие технического сбоя сайта, суд принял решение отклонить, указывая на то, что аннулирование заказа и невозможность его исполнения произошло по причине неисправности сайта, после которой продавец в полном объеме вернул уплаченную стоимость. Таким образом, судом был сделан вывод о том, что в деле отсутствуют факты нарушенных прав покупателя, так как продавцом самостоятельно были приняты меры по возвращению денежных средств за

¹⁸ Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда Российской Федерации от 16 февраля 2021 г. № 69 КГ20/23/К7. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ARB&n=658547/> (дата обращения: 10.05.2025).

¹⁹ Решение от 24 октября 2023 г. по делу № 2–3449/2023 // «Судебные и нормативные акты РФ». [Электронный ресурс]. URL: <https://sudact.ru/regular/doc/pWN4OmLFKfm8/> (дата обращения: 10.05.2025).

односторонний отказ от сделки и материальных убытков покупателю не причинено.²⁰

Проведя анализ, можно сказать, что между судами на сегодняшний день не разработана единая практика в вопросе одностороннего отказа от исполнения договора розничной купли-продажи товаров при дистанционном способе. В этой связи возникает большое количество споров и дискуссий между не только работниками судебной системы, но и лицами, взаимодействующих с данной сферой. Порой эти противоречия возникают вследствие разнообразной интерпретации судов одних и тех же норм права, что в дальнейшем приводит к несогласованности. Поэтому необходимость в поддержании и установлении единой практики важна как для граждан и юридических лиц, что и для органов государственной власти и работников судебной системы, ведь так будет установлена стабильность правовых отношений между субъектами и значительно упроститься работа судов. Так, например, если по определенному спору будет установлена единая судебная практика, то на ее основании сторонам будет известно, как в дальнейшем будет решен их спор. Данный фактор в значительной мере снизит количество обращений в суд, что впоследствии облегчит их работу.

Делая выводы вышесказанному, стоит отметить, что в основном причиной нарушения законных прав потребителей является некомпетентность и неграмотность продавцов, а также сотрудников интернет-магазинов при осуществлении своих обязанностей. Порой работники магазинов оставляют без внимания обращения и жалобы потребителей, которые со своей стороны не всегда готовы идти за защитой своих прав в судебные инстанции.

Это обстоятельство может служить причиной недостатка осведомленности законодательных органов о нарушенных правах потребителей и необходимых способах разрешения этих обстоятельств для последующего улучшения правовой системы.

²⁰ Решение от 9 июля 2021 г. по делу № 2–5933/2021 // «Судебные и нормативные акты РФ». [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/400402932/> (дата обращения: 10.05.2025).

2.2 Способы и формы защиты прав потребителей в условиях дистанционной торговли

В отношениях, где одной стороной является покупатель, а другой продавец, более слабой и незащищенной будет считаться сторона покупателя (потребителя), ведь это обуславливается тем, что последний не всегда должным образом информирован о качестве и особенностях товара, который предлагается к приобретению продавцом. Помимо этого, далеко не каждый потребитель обладает достаточным количеством знаний в области регулирования отношений между продавцом и покупателем, что дает повод недобросовестным работниками использовать данное обстоятельство в корыстных целях.

Потребитель, чьи права были нарушены, вследствие приобретения товара удаленно, вправе потребовать от продавца:

- изменение или прекращение обязательств в случае несоответствия или нарушения условий договора;
- возмещение понесенных затрат, возникших по причине неправомерных действий продавцов, нарушающих права покупателей;
- взыскание неустойки (возникает при случае нарушения передачи заранее оплаченного товара за каждый день просрочки) либо штрафа (в размере пятидесяти процентов при неудовлетворении требований покупателя) с продавца;
- компенсацию морального вреда, посредством которого гражданину были причинены эмоциональные страдания, которые в свою очередь могут нанести значительный вред здоровью человека. Этот фактор служит восстановлением справедливости, устанавливая равные права между сторонами. Компенсация определяется судами исходя из обстоятельств дела, которые в каждый раз носят индивидуальный характер.

Распространены случаи, когда покупатели, которые столкнулись с нарушением своих законных интересов, не в силах заявить об этом, вследствие недостаточной осведомленности о способе их защиты. В результате замалчивания существующей проблемы, а как следствие отсутствия осведомленности

судебных и иных инстанций, возрастает количество практик со стороны недобросовестных продавцов в ущемлении прав потребителей.

Восстановление нарушенных прав в соответствии с законодательством на начальных этапах производится досудебным способом посредством обращения для решения вопроса напрямую к продавцу, предъявления претензии либо осуществлением медиации.

Самым первым способом защиты нарушенных прав является обращение покупателя к продавцу в целях урегулирования возникшего спора или неисполнения обязательств, посредством направления в адрес организации или индивидуального предпринимателя в лице магазина уведомления с просьбой возврата, замены, обеспечения надлежащей доставки товара в установленный срок и так далее.

Уведомление может быть направлено покупателем как через мессенджеры, как и посредством личного кабинета на сайте продавца. Эффективное использование данного механизма защиты прав потребителей способствует укреплению доверия между сторонами и поддержанию репутации продавца на рынке.

Претензионный порядок, как способ защиты нарушенных прав по договору дистанционной торговли не является обязательным²¹, а значит потребитель вправе самостоятельно выбрать форму защиты своих интересов.

В том случае если покупателем выбран способ защиты в виде претензии, то ему необходимо письменно изложить всю информацию о нарушении, указать соответствующие требования, а также приложить копии документов, имеющих отношение к существующему нарушению со стороны индивидуального предпринимателя или организации.

Если продавцом не предоставлена информация о способе направления и установленной форме претензии, то потребителю необходимо предоставить два экземпляра претензии для получения отметки о ее принятии в виде

²¹ Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 22.06.2021 № 18 «О некоторых вопросах досудебного урегулирования споров, рассматриваемых в порядке гражданского и арбитражного судопроизводства» // Российская газета. 2021. 02 июля. № 144.

подписи либо печати. В том случае, если досудебное урегулирование нарушения в виде претензии не будет достигнуто в течение десяти календарных дней, то разрешение спора будет производиться через суд в рамках гражданского судопроизводства.

Вследствие того, что в текущем законодательстве отсутствует обязательное направление претензии в отношении продавца по урегулированию спора, у судов возникает затруднения в точной определении даты, с которой необходимо назначить стороне, не выполнившей надлежащим образом обязательств по договору, расчет по неустойке, который в дальнейшем повлияет на размер взыскания штрафа с продавца в виде пятидесяти процентов от суммы, которую суд обязал выплатить потребителю.

Следующей формой возможного досудебного урегулирования споров в данной области является процедура медиации, под которой понимается добровольный способ урегулирования споров между сторонами в целях достижения ими компромиссного, согласованного решения.²² Медиатор в данном случае – это нейтральное третье лицо, которое является посредником между сторонами по существующему разногласию в целях нахождения решения, отвечающего интересам всех участников.

Данный способ непосредственно также является добровольным и ориентирован на решение, которым будут удовлетворен каждый участник спора, что способствует достижению совместного желаемого результата. Востребованность процедуры медиации на сегодняшний день невелика, поскольку население недостаточно проинформировано о существовании такого способа разрешения возникающих конфликтных ситуаций, а как следствие из-за отсутствия должной информации возникает недоверие и опасение граждан страны на разрешение конфликта подобным способом.

Помимо этого, предложение услуг в данной сфере ограничено из-за нехватки обученных специалистов, которые бы обладали не только высшим

²² Федеральный закон "Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)" от 27.07.2010 № 193-ФЗ (ред. От 26.07.2019) // Собрание законодательства РФ. 2010. № 31. Ст. 4162.

профессиональным образованием, но и обладали необходимыми, специальными знаниями в области конфликтологии и психологии с умением формирования открытого диалога и сотрудничества между сторонами. В этом случае для распространения института медиации необходимо проведение ряда мероприятий в целях распространения надлежащей и достоверной информации среди населения, а также популяризацию использования подобного способа урегулирования спора.

Но если же досудебное урегулирование спора потребителя и продавца в виде представленных выше способов не произошло и стороны не достигли обоюдного примирения, то в любом случае одна из сторон, чьи права были нарушены (чаще всего таковой является сторона покупателя), вправе обратиться в суд с исковым заявлением для решения данного вопроса. В рамках судебного разбирательства суд устанавливает фактические обстоятельства дела, исходя из представленных доказательств, анализирует и принимает решение, соответствующее законодательству, которое направлено на восстановление нарушенных прав потребителя.

Самым важным в данном процессе – это надлежащим образом оформленное исковое заявление, которое будет содержать в себе не только подробно описанную и достоверную информацию, о случившемся, но и требования лица (потребителя) о защите нарушенного права. Также необходимо совместно с исковым заявлением приложить имеющийся у потребителя пакет документов, который подтверждает наличие причиненного ущерба. Просьба потребителя должна быть юридически корректна, ведь от этого и будет зависеть решение, принимаемое судом.

Стоит отметить, что существуют случаи, когда своим правом может злоупотреблять и сам потребитель, который имея значительное количество прав из-за более невыгодного положения, по сравнению с продавцом, начинает нарушать границы допустимого.

К примеру, покупатель, приобретя товар надлежащего качества, неоднократно производит обмен или возврат товара в рамках допустимого законом

срока с целью регулярного поддержания гардероба в актуальном состоянии, соответствующему сезону или личным предпочтениям. Помимо этого, есть случаи, когда потребитель при осуществлении ознакомления с товаром лично либо после приобретения, производит возврат, только уже аналогичного товара, не отвечающего точным характеристикам, заявленных продавцом.

Так, например наблюдаются случаи, когда покупатели, приобретая дорогостоящие товары высокого качества на интернет-площадках, впоследствии осуществляют замену приобретенного товара на аналогичный, но существенно более низкой стоимости, с последующим возвратом. Случаи замены товара в основном являются распространенными на таких интернет-площадках как маркетплейс.

Проанализировав способы и формы защиты прав потребителей в условиях дистанционного способа продажи товаров следует отметить, что лицо, права которого подверглись нарушению со стороны продавца, не ограничен в защите своих законных интересов и имеет основания для выбора любого наиболее удобного способа или метода, который, по его мнению, будет эффективным, исходя из конкретных обстоятельств дела.

В целях эффективной защиты прав потребителей необходимо активно развивать правовые механизмы, совершенствовать цифровую инфраструктуру и проводить образовательные программы для повышения грамотности населения в вопросе о защите своих прав при дистанционном способе продажи товаров.

Таким образом, законодатель предоставляет покупателю широкий спектр прав, которые дают возможность к осуществлению сделки между сторонами на равных условиях. Нарушение таких прав, а как следствие, ненадлежащее исполнение своих обязательств продавцом, которые вытекают из взаимосвязи и взаимообусловленности проблем несоответствия предмета заявленным требованиям, невыполнения условий по обеспечению доставки товара, оплата товара посредством перевода денежных средств на личный банковский счет продавца, а также односторонний отказ от исполнения условий по

договору, которые ведут к наступлению юридической ответственности, что в значительной мере может повлиять на репутацию организации или индивидуального предпринимателя, осуществляющих продажу товаров дистанционным способом.

Анализируя судебную практику по защите нарушенных прав потребителей в условиях купли-продажи дистанционным способом, необходимо отметить, что не исключены случаи пробелов в законодательстве, в результате которых нет возможности полностью рассмотреть конкретный спор. В подобных случаях применяется принцип разумности и справедливости, который уже формирует судебную практику по усмотрению судьи в пользу потребителей, чьи права были нарушены.

3 ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ

Стоит отметить, что на сегодняшний день дистанционная торговля стала неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Граждане отдают приоритет удаленному приобретению товаров, что в значительной мере способствует не только экономии времени, затраченной на дорогу, но дает возможность приобретать товары различных магазинов в любое удобное для них время суток, не покидая текущее местонахождение.

Учитывая то, что дистанционная торговля может иметь разные формы продажи товаров (через каталоги и печатную рекламу, посредством телевизионного вещания и т. д.), но именно электронная коммерция на данный момент является наиболее востребованной и широко используемой обществом.

Удобство в использовании, доступность, наличие широкого ассортимента товаров, возможность быстрого сравнения цен и характеристик – все это способствует удовлетворению потребностей покупателей и соответствует современным требованиям общества и бизнеса в целом.

Значительный рост объемов продаж в онлайн-торговле каждый год подтверждают аналитические данные, которые проводит АКИТ. По результатам исследований за 2024 год онлайн-торговля в РФ выросла на 42 %, достигнув 8,977 млрд. рублей, тем самым охватила большую часть населения страны в приобретении товаров подобным способом.²³

Но со стремительным развитием информационно-телекоммуникационной сети Интернет стали появляться существенные проблемы, которые при осуществлении продажи товаров дистанционным способом могут нанести вред и нарушить охраняемые законом интересы потребителя. Законодательство РФ в данных вопросах зачастую испытывает некоторые трудности в должном и своевременном регулировании, что обуславливается длительной

²³Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ). // [Электронный ресурс]. URL: <https://akit.ru/analytics/analyt-data> (дата обращения: 15.05.2025).

процедурой законодательного процесса, включающей в себя ряд этапов по внесению изменений в нормативно-правовую базу, а также необходимостью специалистов, квалифицирующихся непосредственно в области дистанционной торговли.

Привлечение опытных и высококвалифицированных специалистов на государственную службу зачастую может быть затруднено вследствие неконкурентоспособных условий оплаты труда, а также общей рабочей среды, что, в конечном счете, усложняет возможность для своевременного решения тех или иных проблем.

Таким образом, существующие нормативно-правовые акты не успевают своевременно регулировать возникающие правовые вопросы и разрешать споры, возникающие при продаже товаров дистанционным способом.

Среди наиболее острых вопросов, связанных с защитой прав потребителей в условиях дистанционной торговли, регулирование должным образом которых отсутствует в законодательстве, можно выделить:

- трудности установления личности продавца (проблема его идентификации);
- защита потребителей, осуществляющих приобретение товаров посредством социальных сетей;
- отсутствие отдельного нормативно-правового акта, регулирующего отношения сторон в сфере дистанционной торговли.

Одной из самых важных проблем, затрагивающих интересы потребителя в сфере дистанционной торговли, является сложность в установлении идентификации продавца, осуществляющего продажу товаров.

Идентификация представляет собой процедуру точного установления личности или определённых объектов при помощи сопоставления их с уже имеющимися первоначальными данными о субъекте.

К таким признакам идентификации могут относиться: биометрия (отпечатки пальцев, распознавание личности по лицу, определение голоса и тому подобное.), паспортные данные и так далее.

Идентификация является одним из важных элементов дистанционного бизнеса, которая обеспечивает доверие покупателей и дальнейшую защиту их интересов при нарушениях, совершенных продавцом.

В данном случае использование идентичных учетных записей по своей концепции различными лицами для взаимодействия с покупателями в значительной степени усложняет определение точной личности, осуществляющей продажу товаров. Имеющийся у каждого устройства числовой идентификатор (IP-адрес), который способствует нахождению устройств, а также обмену данными между ними в пределах информационного поля, также не способен в точности определить данные о продавце. В этой связи при доказывании нарушенных прав возникают трудности в определении местонахождения так называемого продавца, особенно если он действует анонимно либо намеренно предоставляет ложную информацию о своих данных (государственный регистрационный номер, полное наименование, адрес и место нахождения, контактные данные).

Все это характеризуется нелегальной деятельностью продавца, осуществляющего неправомерную продажу товаров, что в дальнейшем может привести к образованию препятствий по возврату и обмену некачественных товаров вследствие отсутствия достоверной информации о продавце, что ограничивает реализацию прав потребителей по надлежащей защите своих интересов.

Частой причиной подобного поведения является использование разных, идентичных по своей сути учетных записей, которые позволяют продавцу не только минимизировать его налоговую нагрузку посредством распределения доходов между разными юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями или самозанятыми гражданами, фактически не связанными друг с другом, но и уклоняться от ответственности путем создания препятствий для решения споров, при ненадлежащем исполнении своих обязанностей. Так, например, данные о продавце, представленные при получении накладной либо товарного чека покупателем и заявленные на веб-сайте, значительно

отличаются друг от друга, что вводит в заблуждение не только потребителя, но и судебные органы.

На сегодняшний день законодательством не закреплено четкого решения данной проблемы, в связи с этим у судов возникает большое количество вопросов, одним из которых является: «Кто является надлежащим ответчиком в рамках судебного разбирательства?». Поэтому наличие этого факта создает судебную неопределенность, тем самым оставляя вопрос неразрешенным.

Также, необходимо упомянуть то, что усугубляет данную ситуацию и процветание интернет-мошенников, которые скрывая свои данные с помощью специализированных программ, создают фиктивные торговые онлайн-площадки или веб-сайты, тем самым осуществляя продажу несуществующего товара.

Примером может служить создание веб-сайтов, которые полностью копируют известный бренд или крупную компанию, чья репутация вызывает доверие у потенциальных покупателей. Потребитель оплачивает товар на сайте, после чего, приобретенный товар не доставляется, а жертва лишается денежных средств.

Помимо этого, развитие технологий способствует не только усовершенствованию систем, затрагивающих различные сферы общественной жизни, но создают возможности для фальсификации документов и личной информации, что впоследствии затрудняет процесс установления личности.

Поэтому отсутствие единых правил проверки продавцов приводит к тому, что каждая торговая площадка действует по своему усмотрению и покупатели вынуждены самостоятельно оценивать надежность продавца, что повышает вероятность финансовых убытков.

Также стоит отметить проблему распространения продажи товаров с помощью размещения о них информации в социальных сетях.

В Федеральном законе «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» закреплено понятие социальной сети, которое гласит, что это интернет-ресурс, который ориентирован на предоставление и

распространение информации пользователями посредством созданных ими личных (персональных) страниц.²⁴

Стоит заметить, что социальные сети с каждым разом приобретают всю большую популярность в обществе, тем самым многие предприниматели и компании осуществляют продажу товаров не только на веб-сайтах и маркетплейсах, но и с помощью социальных сетей, где предоставляют полную информацию о продукте для интернет-пользователей, что в значительной мере увеличивает объём продаж.

Однако, не редки случаи, когда продажа товаров производится лицом, не являющимся ни организацией, ни индивидуальным предпринимателем, что свидетельствует о том, что сделка будет осуществлена между физическими лицами и действие договора купли-продажи не будет попадать под юрисдикцию Закона о защите прав потребителей. В данном случае физическое лицо, выступающее в качестве продавца, освобождено от обязанности соблюдения норм закона, защищающего интересы покупателя в случае нарушения обязательств по договору. При наступлении определенных споров покупатель вынужден решать конфликтную ситуацию самостоятельно путем переговоров со второй стороной либо обращаться в суд за защитой своих интересов, регулируемых гражданским законодательством.

Не менее важной проблемой в сфере защиты прав потребителей при купле – продаже товаров дистанционным способом является отсутствие единого нормативно-правового документа, регулирующего отношения между сторонами по всем существующим вопросам, касающихся именно дистанционной торговли, включая электронную коммерцию.

Необходимо упомянуть, что с 2000 по 2004 год Государственной думой рассматривался законопроект «Об электронной торговле», который предполагал регулирование прав и обязанностей лиц, осуществляющих электронную торговую деятельность, однако впоследствии данная инициатива была

²⁴ Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 01.04.2025) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства РФ. 2012. № 31. Ст. 4328.

отклонена по причине того, что необходимости в дополнительном регулировании данной сферы нет. Помимо этого, законопроект содержал в себе ряд недостатков, которые препятствовали утверждению данного проекта.

Но на сегодняшний день в законодательстве существует ряд нормативных актов, которые включают в себя регулирование отношений между сторонами лишь некоторых аспектов дистанционной торговли, что оставляет пробелы при возникновении споров между участниками. Такое многообразие может привести и к разному толкованию существующих норм, что в конечном счете приведет к образованию конфликтных ситуаций между продавцом и покупателем.

Электронная коммерция значительным образом распространяет свое влияние на большой круг людей, тем самым образуя большое количество вопросов по регулированию отношений в сфере онлайн-торговли, отсутствует четкое закрепление в законодательстве определений, необходимых для понимания обществом, таких как: маркетплейс, онлайн-платформа, электронный договор, онлайн – торговля, и так далее. Все это приводит к неопределённости между субъектами данных отношений тем самым создавая дополнительные трудности для регулирования и судебного разбирательства по возникающим спорам.

Анализ проблем, существующих при осуществлении дистанционного способа продажи товаров, дает понять, что существующие пробелы в законодательстве связаны со стремительным развитием информационных технологий, которые органы государственной власти не успевают должным образом регулировать своевременно, в виду длительного процесса принятия нормативно – правовых актов и их поправок, а также недостатка квалифицированных кадров в данной области.

В связи с этим необходимо принятие единого нормативного акта, регулирующего вопросы дистанционной торговли и включающего в себя: определения необходимых терминов, общие принципы взаимоотношений между сторонами (продавцом и покупателем), установление обязательной регистрации

продавцов в целях гарантии безопасности для покупателя при осуществлении сделки, введение необходимых стандартов информирования о продавце и соответствующем товаре потребителей, правила возврата и обмена приобретенного товара, а также санкции за нарушения прав потребителей в этой сфере.

Также в целях точной идентификации продавцов, реализующих продукцию в сети Интернет предлагается ввести обязательную систему верификации через портал «Госуслуги», после прохождения которой надежные, добросовестные продавцы будут отмечены специальным вводным знаком, доступным для ознакомления всем интернет-пользователям в целях предотвращения наступления для потребителя неблагоприятных последствий в виде недобросовестных продавцов, занимающихся злоупотреблением своих прав.

Помимо этого, существует необходимость создания Роспотребнадзором реестра недобросовестных продавцов, которые являются неоднократными нарушителями норм законодательства при осуществлении продажи дистанционным способом, что позволит потенциальным покупателям избежать трудностей при приобретении товара у ненадлежащих продавцов, а, в свою очередь, тех мотивирует улучшать качество оказываемых услуг. Такой реестр станет эффективным инструментом защиты прав потребителей.

Повышение грамотности населения в области защиты своих законных прав также является важным моментом, которое позволяет покупателям эффективно защищать свои интересы от неправомерных действий продавцов. Исходя из этого предлагается создание специализированного интернет – портала, который будет способствовать дальнейшему улучшению уровня осведомленности и информированности граждан о своих правах в сфере дистанционной купли-продажи товаров, а также повышению навыков интернет – пользователей в поисках добросовестных продавцов, осуществляющих продажу товаров посредством сети Интернет, нахождению достоверной информации о том или ином товаре, а также правильной его оценки до осуществления покупки, способствовать предостережению пользователей от онлайн-мошенников и интернет-угроз.

Таким образом, можно заметить, что защита прав потребителей в области дистанционной торговли не является усовершенствованной и имеет ряд проблем, которые возникают совместно с развитием все более новых технологий. Представляется важным обратить внимание на неурегулированные законодательством проблемы, связанные со сложностью точной идентификации продавца, защитой потребителей, осуществляющих приобретение товаров посредством социальных сетей, а также отсутствием единого нормативно – правового акта, включающего в себя все аспекты, регулирующие дистанционную торговлю в целом. В соответствии с этим необходимо создавать действенную и эффективную систему регулирования дистанционной торговли, которая будет способствовать повышению доверия среди граждан и создавать благоприятные условия для развития цифровой экономики. Лишь при соблюдении этих условий розничная купля-продажа товаров дистанционным способом будет надежной и безопасной для потребителей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе написания бакалаврской работы были изучены статьи, публикации, исследования известных ученых, а также практика судов, касающаяся вопроса защиты прав потребителей при дистанционной торговле. Исследования показали, что на сегодняшний день институт защиты прав потребителей в условиях дистанционной торговли является в состоянии развития и нуждается в постоянном совершенствовании.

Стремительный рост цифровых технологий в целом, а в особенности касающийся дистанционной торговли порождает новые риски и задачи, которые требуют особого внимания и законодательного урегулирования для защиты нарушенных прав.

В результате проделанной работы можно сделать ряд следующих выводов и предположений.

Дистанционная торговля является достаточно новым и быстроразвивающимся способом продажи товаров, которая включает в себя продажу товаров с помощью буклетов, каталогов, фото и видеоснимков, а также характеристики и описания, представленной на веб-сайтах и онлайн-площадках. Покупатель осуществляет товар, непосредственно руководствуясь представленной информацией, что и отличает дистанционный способ от традиционной розничной купли-продажи товаров.

В свою очередь при розничной купли-продажи дистанционным способом договор является консенсуальным, возмездным и двусторонне обязывающим, а к существенными условиями по договору выступают: предмет, количество товара, цена и доставка.

Исходя из того, что потребитель в данных отношениях находится в более уязвимом положении из-за невозможности ознакомиться с товаром до непосредственного заключения договора, то в целях защиты нарушенных прав законодатель предусматривает для покупателей возможность осуществления процедуры обмена либо возврата приобретенного товара, а также право

расторжения договора купли-продажи до момента фактического получения продукта. Тем самым законодательство вводит специальные механизмы, направленные на создание уравнивания правового статуса продавца и покупателя.

Однако злоупотребление со стороны продавца, которое характеризуется его неправомерными действиями в данных отношениях, все же присутствует. К таким нарушениям, которые совершаются чаще всего, можно отнести: несоответствие предмета по договору заявленным требованиям, невыполнение условий по обеспечению доставки товара, оплата покупателем посредством перевода денежных средств на личный банковский счет продавца, односторонний отказ от исполнения договора.

Все перечисленные нарушения находят подтверждение в имеющейся судебной практике, которая с каждым разом осуществляет свое усовершенствование при решении аналогичных споров. Поэтому лицу, осуществляющему покупку товара удаленно, необходимо не только внимательно изучать характеристику, описание товара, проверять репутацию онлайн-магазина или интернет-платформы (маркетплейса), но и быть ознакомленным со своими законными правами в случае их нарушения.

Этот факт будет способствовать осведомлённости органов государственной власти о совершенных нарушениях, что впоследствии будет способствовать регулированию и усовершенствованию настоящих отношений между продавцом и покупателем.

Проведенный анализ правовых особенностей дистанционного способа продажи товаров позволил выявить ряд существующих проблем, не урегулированных законодателем.

Во-первых, одной из основных проблем в настоящее время является сложности идентификации личности продавца, которая выражается в нелегальной деятельности лица, реализующего продажу товаров, посредством создания одной компанией или индивидуальным предпринимателем идентичных учетных записей или веб-сайтов, позволяющих при их массовости,

уменьшать налоговую нагрузку, между фиктивно оформленными юридическими лицами или индивидуальными предпринимателями.

В таком случае предлагается ввести обязательную систему подтверждения данных лиц, осуществляющих продажу товара, с помощью «Единого портала государственных и муниципальных услуг (функций)», которая позволит потенциальным покупателям удостовериться в добросовестности и надёжности продавца, осуществляющего предпринимательскую деятельность.

Во-вторых, набирает популярность среди интернет-пользователей торговля с помощью социальных сетей, где юридическое лицо (продавец) размещает рекламу с представленной характеристикой о товаре, прикладывает фото или видеосъемку продукта, что подразумевается под дистанционной торговлей и, при надлежащем соблюдении, характеризуется договором розничной купли-продажи при дистанционном способе. Но, стоит отметить, что осуществлять продажу товаров может и физическое лицо, не зарегистрированное в налоговом органе и не имеющее определенную лицензию. В связи с этим потенциальный покупатель товара у такого лица не имеет возможности защиты своих интересов при непосредственном их нарушении, поскольку сделка будет осуществляться между физическими лицами, а действие закона, защищающего права потребителей, освобождает от ответственности физическое лицо за ненадлежащее исполнение по возврату и обмену товара. В таком случае урегулирование подобных споров будет осуществляться в рамках ГК РФ.

В целях решения представленной выше проблемы законодателю следует расширить список полномочий Роспотребнадзора и усилить надзор за деятельностью частных лиц, осуществляющих продажу товаров в социальных сетях, наделив работников Федеральной службы полномочиями запрашивать необходимую информацию о деятельности тех или иных продавцов, попадающих под сомнения у органов при осуществлении своей деятельности. А также имеется необходимость в создании интернет-портала для повышения грамотности населения при осуществлении купли-продажи дистанционным способом.

В-третьих, еще одной проблемой, значительным образом влияющей на благоприятное развитие данного института является отсутствие единого нормативно-правового акта в области дистанционной торговли. Необходимость обусловлена отсутствием единых стандартов в законодательстве и действующие нормы, которые затрагивают данный институт, являются недостаточными для урегулирования возникающих споров, возникающих как в сфере дистанционной торговли, так и в сфере электронной коммерции, которая требует особого внимания законодателей. Создание специального закона позволит унифицировать отношения сторон, делая дистанционную торговлю честнее, что будет способствовать повышению уровня доверия среди покупателей.

Таким образом, гражданско-правовая защита в сфере дистанционной торговли требует постоянного улучшения. Необходимо стремиться к созданию равного правового положения между продавцом и покупателем, снижая риски нарушения прав потребителей и обеспечивая благоприятную среду для совершения сделок.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

I 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. – 04 июля. – № 144.

2 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 13.12.2024) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 5. – Ст. 410.

3 Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 08.08.2024) «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 3. – Ст. 140.

4 Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 01.04.2025) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства РФ. – 2012. – № 31. – Ст. 4328.

5 Федеральный закон от 12.04.2010 № 61-ФЗ (ред. от 01.03.2025) «Об обращении лекарственных средств» // Собрание законодательства РФ. – 2010. – № 16. – Ст. 1815.

6 Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 (ред. от 17.05.2024) «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2021. – № 3. – Ст. 593.

7 «ГОСТ Р 51303-2023. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» (утв. Приказом Росстандарта от 30.06.2023 № 469-ст). М.: Российский институт стандартизации. – 2023. – Ст. 469.

II Специальная литература

8 Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 563 с.

9 Закарян, И. А. Защита прав потребителей при купле-продаже через интернет / И. А. Закарян, Е. В. Шалкина // «Сфера знаний: вопросы продуктивного взаимодействия наук в XXI веке». – Казань: ООО «СитИвент». – 2018. – С. 84-88.

10 Козье, Д. Электронная коммерция // пер. с англ. Воронин Д. Л. – М.: Издательско-торговый дом «Русская Редакция», 1999. – 300 с.

11 Кулаков, В. В. Особенности определения предмета нетипичных договоров / В. В. Кулаков // Власть закона. – 2010. – № 2. – С. 87-95.

III Электронные ресурсы

12 Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://akit.ru/analytics/analyt-data> – 15.05.2025.

13 «Стандарты по взаимодействию маркетплейсов с владельцами пунктов выдачи заказов» (утв. Комиссией по созданию условий саморегулирования в электронной торговле в Российской Федерации, Протокол № 15-381 от 03.10.2023). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_459916/. – 07.05.2025.

IV Правоприменительная практика

14 Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 22.06.2021 № 18 «О некоторых вопросах досудебного урегулирования споров, рассматриваемых в порядке гражданского и арбитражного судопроизводства» // Российская газета. – 2021. – 02 июля. – № 144.

15 Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда Российской Федерации от 16 февраля 2021г. № 69 КГ20/23/К7. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ARB&n=658547/>. – 10.05.2025.

16 Решение № 2-341/2024, 2-341/2024 от 22 апреля 2024 г. по делу № 2-341/2024 // «Судебные и нормативные акты РФ» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sudact.ru/regular/doc/4XSfWiiTmTLE/>. – 08.05.2025.

17 Решение № 2-944/2024, 2-944/2024~М-803/2024 М-803/2024 от 26 июня 2024 г. № 2-944/2024 // «Судебные и нормативные акты РФ» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sudact.ru/regular/doc/NYnBpAI7GMHK/>. – 10.05.2025.

18 Решение № 2-3449/2023, 2-3449/2023~М-3165/2023 М-3165/2023 от 24 октября 2023 г. по делу № 2-3449/2023 // «Судебные и нормативные акты РФ» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sudact.ru/regular/doc/pWN4O mLFKfm8/>. – 10.05.2025.

19 Решение № 2-5933/2021, 2-5933/2021~М-4265/2021 М-4265/2021 от 9 июля 2021 г. по делу № 2-5933/2021 // «Судебные и нормативные акты РФ» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sudact.ru/regular/doc/lwYic7IrRWYu/>. – 10.05.2025.